

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA – UFSC
CENTRO TECNOLÓGICO
CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ENGENHARIA DA PRODUÇÃO
ÁREA DE CONCENTRAÇÃO: QUALIDADE E PRODUTIVIDADE

**A VISÃO ACADÊMICA DO EMPREENDEDORISMO: O CASO DO
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM EMPREENDEDORISMO,
DO INSTITUTO SUPERIOR TUPY, DE JOINVILE/SC.**

FLORIANÓPOLIS – SC

2005

LUIZ ERNESTO SANT'ANA.

**A VISÃO ACADÊMICA DO EMPREENDEDORISMO: O CASO DO CURSO
SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM EMPREENDEDORISMO, DO INSTITUTO
SUPERIOR TUPY, DE JOINVILE/SC.**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção da Universidade Federal de Santa Catarina como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Engenharia de Produção, sob orientação do Prof. Dr. Francisco Pereira da Silva.

FLORIANÓPOLIS – SC

2005

LUIZ ERNESTO SANT'ANA.

A VISÃO ACADÊMICA DO EMPREENDEDORISMO: O CASO DO CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM EMPREENDEDORISMO, DO INSTITUTO SUPERIOR TUPY, DE JOINVILE/SC.

Esta Dissertação foi julgada e aprovada para a obtenção do grau de Mestre em Engenharia de Produção no Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção da Universidade Federal de Santa Catarina.

Florianópolis, 25 de abril de 2005.

Prof. Dr. Edson Pacheco Paladini
Coordenador do Programa

Banca Examinadora:

Prof. Dr. Francisco Pereira da Silva
Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC
Orientador

Prof. Dr. Márcio Vieira de Souza
Universidade do Vale de Itajaí - UNIVALI

Prof. Dr. Lafayette Cruz
Faculdades Integradas Assesc - ASSESC

AGRADECIMENTOS ESPECIAS

- Ao professor Dr. Francisco Pereira da Silva, pelo seu fraterno apoio e dedicação nas orientações.
- Ao professor Márcio Rogério de Oliveira, Coordenador do Curso Superior de Tecnologia em Empreendedorismo do IST, pela atenção a mim dispensada.
- Ao professor Paulo Iolando de Santana, amigo e incentivador, que abriu as portas do Instituto Superior Tupy, para que pode-se realizar a minha pesquisa.
- Ao corpo doente e funcionários do Depto de Engenharia de Produção e Sistemas, que de alguma forma ajudaram na realização do curso.
- A minha esposa Rosana que soube com paciência esperar e suportar os momentos difíceis.
- Ao meu filho Mateus, que na plenitude dos seus 12 anos, deu-me energia e carinho para não enfraquecer diante dos obstáculos.
- Ao IST- Instituto Superior Tupy que viabilizou o meu trabalho.
- A todas as pessoas amigas que de alguma forma, contribuíram, na realização deste trabalho.

RESUMO

SANT'ANA, Luiz Ernesto. **A visão acadêmica do empreendedorismo**: o caso do curso superior de tecnologia em empreendedorismo, do Instituto Superior Tupy, de Joinville – SC – 106 f. 2005. Dissertação. (Mestrado em Engenharia de Produção), Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, UFSC, Florianópolis, 2005.

As transformações tecnológicas ocorridas nas últimas décadas fizeram com que as organizações ficassem em constante mutação com relação às suas formas de administração e gestão. A necessidade de se manter no mercado e principalmente conquistar a liderança no seu segmento, exige muito trabalho e um contínuo aprimoramento dos níveis de qualidade dos serviços prestados. Dentro deste contexto é primordial a necessidade de se elencar os fatores críticos de sucesso de uma organização, possibilitando assim a análise dos pontos fortes e fracos dos serviços executados. Neste trabalho são analisados os aspectos avaliativos da satisfação dos acadêmicos do curso Superior de Tecnologia em Empreendedorismo do Instituto Superior Tupy, no que tange à qualidade de serviços prestados pelo Instituto onde estão inseridos. Para possibilitar estas análises, fez-se necessário uma pesquisa bibliográfica para fundamentar os conceitos de qualidade na prestação de serviços de uma instituição de ensino superior, tendo como foco o cliente (aluno). O segundo passo, foi a execução de uma pesquisa de campo, onde o cliente (aluno) respondeu a um questionário contendo cinquenta perguntas relacionadas à satisfação dos acadêmicos em relação aos serviços prestados pela instituição. O resultado desta pesquisa foi tabulado graficamente, delineando os anseios, as satisfações e insatisfações do cliente (aluno), sinalizando os pontos fortes e os fracos da instituição com relação aos serviços prestados.

Palavras-chave: Empreendedorismo, Gestão, Qualidade dos Serviços.

ABSTRACT

SANT'ANA, Luiz Ernesto. **A visão acadêmica do empreendedorismo:** o caso do curso superior de tecnologia em empreendedorismo, do Instituto Superior Tupy, de Joinville – SC –106 f. 2005. Dissertação. (Mestrado em Engenharia de Produção), Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, UFSC, Florianópolis, 2005.

The technology advances that occurred in the last decades caused a change in the organizations, more specifically, in their managerial and administrative structure. The need for continuing on the market and mainly mainly gaining (market) leadership in their sectors demand a great deal of work and a continuous improvement in services quality levels. Given this context, it's essential to list the critical points of a successful organization so as to analyse the weaknesses and strengths of its service provision. In this study, we analyze college students' assessment of satisfaction. All participants were enrolled in "Curso Superior de Tecnologia em Empreendedorismo of Instituto Superior Tupy". Their assessment was analysed with regard to the quality of services provided by the college they enrolled in. In order to make this analysis, it was necessary to review the literature to validate the quality concepts related to the services provided by an educational institution at college level, focusing on the customer (student). Secondly, a field research was conducted, that is, the customer (student) answered a questionnaire consisting of fifty questions which set out to investigate their level of satisfaction with the services provided by the institution. Results were graphically tabulated thus describing customers' concerns, satisfaction, dissatisfaction, and showing the institution strong and weak points related to services provided.

Key words: Empreendedorismo, Gestão, Qualidade dos Serviços.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Gênero	58
Gráfico 2 – Idade	59
Gráfico 3 – Estado Civil	60
Gráfico 4 – Meio de Locomoção.....	61
Gráfico 5 – Ramo de atividade em que você atua.....	61
Gráfico 6 – Qual a função que você ocupa na sua atividade	62
Gráfico 7 – Grau de escolaridade.....	63
Gráfico 8 – Renda Mensal.....	63
Gráfico 9 – Em que cidade você reside.....	64
Gráfico 10 – A fase que você está cursando.....	65
Gráfico 11 – Expectativas com relação ao curso de Empreendedorismo quando Concluído	66
Gráfico 12 - O que o levou a optar pelo curso de Empreendedorismo.....	67
Gráfico 13 - Com relação à facilidade de comunicação dos professores.....	68
Gráfico 14 - Com relação às aulas ministradas.....	69
Gráfico 15 - Horário de início e término das aulas	69
Gráfico 16 - Com relação ao cumprimento do programa dado em sala	70
Gráfico 17 - Quanto a clareza e objetividade do conteúdo.....	71
Gráfico 18 - Com relação ao conhecimento do conteúdo	71
Gráfico 19 - Com relação a técnicas didáticas e recursos (aulas práticas, trabalhos, laboratórios).	72
Gráfico 20 - Estímulo a participação e interesse pela matéria	73
Gráfico 21 - Incentivo à leitura e expressão das idéias	73
Gráfico 22 - Com relação ao esclarecimento das dúvidas dos alunos	74
Gráfico 23 - Com relação ao nível de exigência para com os alunos.....	75
Gráfico 24 - Com relação a novas metodologias de ensino (Uso de computadores, ensino teórico na prática, etc.)	75

Gráfico 25 - O relacionamento dos professores com os alunos	76
Gráfico 26 - Diga como está a sua satisfação em relação ao material de leitura	77
Gráfico 27 - Recursos didáticos	77
Gráfico 28 - Conteúdo da matéria	78
Gráfico 29 - Metodologia de ensino (forma de inserção da disciplina)	79
Gráfico 30 - Quantidade de informações repassadas	80
Gráfico 31 - Cumprimento da carga Horária.....	80
Gráfico 32 - Com relação aos seguintes aspectos diga como esta a sua satisfação: limpeza dos sanitários	81
Gráfico 33 - Limpeza dos corredores	82
Gráfico 34 - Limpeza da sala de aula	82
Gráfico 35 - Espaço entre carteiras.....	83
Gráfico 36 - Conforto em relação aos móveis e utensílios	83
Gráfico 37 - Espaço da sala de aula	84
Gráfico 38 - Iluminação da sala de aula	85
Gráfico 39 - Acesso ao estacionamento e à sala de aula	85
Gráfico 40 - Diga como está sua satisfação com relação à: Biblioteca (títulos, atendimento)	86
Gráfico 41 - Laboratórios.....	87
Gráfico 42 - Fotocópias (preço, atendimento e qualidade).....	87
Gráfico 43 - Secretaria (atendimento)	88
Gráfico 44 - Diretoria e Coordenação.....	89
Gráfico 45 - Cantina (Preço, Atendimento, Qualidade)	89
Gráfico 46 - Na sua opinião, o que você está aprendendo neste curso é aplicável na sua rotina de trabalho.....	90
Gráfico 47 - Na sua opinião, que eventos agregariam mais conhecimentos ao seu curso.	91
Gráfico 48 - Como você classifica o preço das mensalidades do seu curso.....	91
Gráfico 49 - Após a conclusão, você tem interesse em fazer um curso de pós- graduação.	92
Gráfico 50 - Após a conclusão, você tem interesse em fazer um curso de mestrado.	93

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Organograma SOCIESC 2004	35
---	----

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

CMPJ – Centro de Mecânica de Precisão de Joinville

CTIJ – Centro de Tecnologia em Informática de Joinville

CTMa – Centro de Tecnologia em Materiais

ETT – Escola Técnica Tupy

IST – Instituto Superior Tupy

LDBE – Leis de Diretrizes e Bases da Educação

MEC – Ministério da Educação e Cultura

MPEs – Micro e Pequenas Empresas

NBR ISO 9001:2000 – Norma Brasileira baseada na Norma ISO (*International Organization of Standardization*) que estabelece um modelo para garantia da Qualidade em Produção e Instalação

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SESC/ TUPY – Serviço Social do Comércio / Tupy

SESU/MEC – Secretaria de Educação Superior / Ministério da Educação e Cultura

SOCIESC – Sociedade Educacional de Santa Catarina

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	13
1.1	Apresentação do Tema	13
1.2	Definição do problema.....	14
1.3	Objetivo geral	15
1.4	Objetivos específicos.....	15
1.5	Justificativa do trabalho	16
1.6	Metodologia	18
1.7	Pesquisa Bibliográfica	18
1.8	Estrutura do Trabalho	19
1.9	Limitação do Trabalho	20
2	O DESAFIO DAS INSTITUIÇÕES DE ENSINO FRENTE AO MERCADO	21
2.1	A Prestação de Serviço nas Instituições de Ensino	21
2.2	O Ensino voltado para qualidade	24
2.3	A Instituição de Ensino tradicional e o novo Modelo	25
2.4	Evolução do processo Empreendedor nas Instituições de Ensino no BRASIL	27
2.5	Histórico da INSTITUIÇÃO - SOCIESC IST (Instituto Superior Tupy).....	31
2.6	Curso Superior de Tecnologia em Empreendedorismo no IST	36
2.7	O Curso Superior de Tecnologia em Empreendedorismo no IST	38
2.8	Finalidades e objetivos do Curso de Tecnologia em Empreendedorismo	40
2.9	Perfil Profissional do Formando do Curso	42
3	A INSTITUIÇÃO VOLTADA PARA UM SISTEMA DE GESTÃO DA QUALIDADE	46
3.1	Cliente Diante da Qualidade.....	46
3.2	Necessidades do Cliente.....	47
3.3	Política da Gestão da Qualidade na SOCIESC	49
3.3.1	Implantação do Sistema de Gestão	49
3.3.2	Objetivos da Política da Qualidade na Instituição	51
3.4	Determinação dos requisitos do Cliente – IST	52
4	AVALIAÇÃO ACADÊMICA EM RELAÇÃO AO CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM EMPREENDEDORISMO	54
4.1	População e amostra da pesquisa de campo.....	54

4.2	Questionário de Pesquisa de Campo.....	56
4.3	Apresentação dos resultados da pesquisa.....	57
4.3.1	Avaliação da pesquisa.....	58
4.3.1.1	<i>O Perfil Sócio-Econômico.....</i>	58
4.3.1.2	<i>O aluno em relação ao curso</i>	65
4.3.1.3	<i>Com Relação ao Corpo Docente.....</i>	68
4.3.1.4	<i>Quanto à qualidade e quantidade</i>	77
4.3.1.5	<i>Quanto a estrutura física</i>	81
4.3.1.6	<i>Quanto à infra estrutura.....</i>	86
4.3.1.7	<i>Satisfação e perspectivas para o futuro</i>	90
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	94
	REFERÊNCIAS.....	98
	ANEXOS	100
	Anexo A – Questionário	101

1 INTRODUÇÃO

1.1 Apresentação do Tema

O presente trabalho tem por objetivo extrair do acadêmico a sua opinião com relação aos serviços proporcionados pela instituição. O aluno será submetido a uma pesquisa de opinião, onde poderá manifestar o seu grau de satisfação em relação à qualidade do Curso Superior de Tecnologia em Empreendedorismo.

Através da pesquisa, pôde-se saber também como o aluno vislumbra a melhor forma de tratamento dentro do ambiente universitário para melhorar o rendimento educacional.

Nos dias atuais, a concorrência também se faz presente nas instituições de ensino. A satisfação e se possível a superação das expectativas do cliente com relação aos serviços prestados são fatores vitais para a manutenção de uma organização no mercado globalizado e competitivo. A qualidade na prestação de serviços não deve ser negligenciada, mas embutida dentro de todos os recursos utilizados pela instituição na prestação do seu serviço.

Segundo Hardt (2003, p. 5):

Faz-se necessária também uma resignação do conceito de qualidade, pois o que atendia plenamente aos anseios do mundo do trabalho e do mercado de duas ou três décadas, já não satisfaria mais as necessidades de hoje. E muito além de uma nova forma de entender-se o que é qualidade, está a realidade quotidiana para a prestação de serviços com qualidade, enfim a implementação de novos conceitos.

Para tanto, é necessário que a organização esteja adaptada e preparada para suportar estes novos conceitos, capacitando e dando condições para o exercício

profissional com competência e qualidade e só assim pode-se atingir os objetivos propostos, que é a superação das expectativas do cliente com relação aos serviços prestados.

1.2 Definição do Problema

O mundo globalizado em que vivemos exige cada vez mais da capacidade do ser humano, o indivíduo precisa estar capacitado e qualificado para sobreviver e se manter no mercado de trabalho. O que antes era suficiente, hoje é necessário. Neste contexto, as pessoas ficaram mais exigentes, cobrando produtos e serviços que superem as suas expectativas. As instituições de ensino como empresas não ficam fora deste arranjo, necessitam atender os anseios do cliente (aluno), da comunidade na qual esta inserida e do órgão fiscalizador (MEC).

Segundo Kotler (2000, p.58),

A satisfação do comprador após a realização da compra depende do desempenho da oferta em relação às suas expectativas. De modo geral a satisfação consiste na sensação de prazer ou desapontamento resultante da comparação do desempenho (ou resultado) percebido de um produto em relação às expectativas do comprador.

Pode-se dizer que a satisfação é função de desempenho e expectativas percebidos pelo cliente. Assim se o desempenho não alcançar as expectativas, o cliente ficará insatisfeito, se o desempenho alcançar as expectativas, o cliente ficará satisfeito e se o desempenho superar as expectativas, o cliente ficará maravilhado. Desta forma o trabalho deverá apontar o desempenho das expectativas dos acadêmicos através da sua satisfação em relação aos serviços prestados pela instituição.

Através de uma análise qualitativa o trabalho busca identificar junto aos acadêmicos do Curso Superior de tecnologia em Empreendedorismo, as suas expectativas com relação à atuação do docente, com relação aos métodos e técnicas aplicados pelos professores.

Ainda, a pesquisa deverá coletar variáveis que possam influenciar na qualidade do atendimento às necessidades do acadêmico.

1.3 Objetivo Geral

A proposta do presente trabalho é avaliar a qualidade dos serviços prestados pelo Instituto Superior Tupy, mais especificamente, do Curso Superior de Tecnologia em Empreendedorismo, segundo a visão do cliente (aluno), quantificando o desempenho da instituição através da satisfação do acadêmico.

1.4 Objetivos Específicos

- Verificar o desempenho do curso através da expectativa do aluno. A sua visão com relação ao tratamento e como sente o ambiente educacional da Instituição;
- Elencar, se necessário, os fatores críticos de sucesso, permitindo que a Instituição possa monitorá-los e se necessário intervir nos pontos críticos afim de atender às expectativas do aluno;

- Observar a qualidade na prestação de serviços e o que os mesmos representam diante do mercado competitivo;
- Através da pesquisa de campo, mostrar a qualidade dos serviços prestados pela Instituição,
- Mensurar à Instituição o nível de qualidade do curso, frente às exigências do mercado de trabalho.

1.5 Justificativa do Trabalho

O nosso planeta tem passado por varias transformações em curtos períodos de tempo, apenas no século XX foram criadas a grande maioria das invenções que revolucionaram o estilo de vida das pessoas, tornando-as mais exigentes com as coisas, com o seu modo de viver, com o trabalho.

As organizações não ficaram de fora desta evolução, os conceitos administrativos predominaram por um período, em detrimento de contextos sócio-políticos, culturais, de desenvolvimento tecnológico, de desenvolvimento e consolidação do capitalismo, entre outros. Conforme Dornelas (2001), no momento presente não se tem um movimento predominante , mas acredita-se que o empreendedorismo irá, cada vez mais, mudar a forma de se fazer negócio no nosso mundo globalizado.

O momento atual é de competição, onde as organizações buscam meio de se manterem vivas dentro do mercado competitivo, oferecendo garantias de serviços de qualidade para possibilitar a satisfação dos clientes, cada vez mais exigentes.

A economia e os meios de produção e serviços também se sofisticaram, de forma que hoje existe a necessidade formalizar conhecimentos, buscar novas tecnologias e implementar ferramentas gerenciais que darão suporte a sistemas de qualidade.

Todavia, para a implementação de qualquer ferramenta gerencial, as organizações vêm buscando empreendedores que possam atuar tanto interna quanto externamente, como parceiros, a fim de que aumentem sua competitividade junto ao mercado geral.

Os profissionais passam a ter necessidade de conhecimentos e habilidades, para gerarem atitudes compatíveis, firmando suas competências, a fim de transformarem todas as ferramentas em projetos auto sustentáveis, criando dentro das organizações, multiplicadores comprometidos com a implementação das novas tendências tecnológicas.

Assim para atender a esses futuros profissionais, neste caso os alunos , a Instituição precisa estar preparada e interligada com a realidade do mercado, respondendo rapidamente a todas estas transformações que envolve o contexto que vivemos e principalmente do Sistema de Ensino Superior.

Pode-se afirmar que o presente trabalho de pesquisa se justifica:

Pela necessidade de se adequar a didática do Sistema de Ensino Superior conforme a exigência do mercado, modificando modelos antigos de ensino por sistemas que expressem a realidade atual do mundo globalizado, através de novas tecnologias e novas didáticas de ensino.

Pelo comprometimento da Instituição com relação a formação do profissional do curso proposto e a sua satisfação, possibilitando se possível a superação dos anseios do acadêmico.

Pela mensuração da responsabilidade do cliente (aluno) para com o sistema de aprendizagem, o seu interesse em reivindicar a qualidade de ensino ou até mesmo a indiferença diante do problema, pois muitas vezes a preocupação é o título de graduação, deixando que fatores críticos não sejam apontados.

Ainda, pela possibilidade de saber se a Instituição está repassando novos conceitos e conhecimentos adequados com a atualidade.

1.6 Metodologia

O estudo terá a premissa de adotar uma pesquisa de análise qualitativa descritiva, desenvolvida em duas etapas. Na primeira, uma pesquisa bibliográfica com o objetivo de embasar e fundamentar os conceitos no que tange os objetivos específicos deste estudo. Na segunda etapa, uma pesquisa de campo com o objetivo de buscar junto ao cliente (aluno) os seus anseios, satisfações e insatisfações com relação aos serviços prestados pela Instituição de Ensino, utilizando um questionário como ferramenta de análise, com 50 questões, subdivididos em 7 módulos.

1.7 Pesquisa Bibliográfica

A pesquisa bibliográfica tem por objetivo dar noções de qualidade de serviços ao pesquisador, bem como dar suporte e fundamentação teórica. Para tanto buscará

recursos dentro de bibliografias, periódicos e outros da área de qualidade, atendimento ao cliente, conceitos metodológicos e que venham a contribuir para a fundamentação do trabalho.

1.8 Estrutura do Trabalho

O presente trabalho está dividido em quatro capítulos. O primeiro capítulo apresenta a introdução, relacionando o problema, a justificativa, os objetivos do estudo e a estrutura do trabalho.

O segundo capítulo trata sobre as instituições de ensino frente ao mercado, com a prestação de serviços nas instituições de ensino, o ensino voltado para a qualidade, a instituição de ensino tradicional e o novo modelo, a evolução do processo empreendedor nas instituições de ensino no Brasil, o histórico da Instituição estudada e finalizando, comenta sobre o Curso Superior de Tecnologia em Empreendedorismo apontando as suas finalidades e objetivos com o perfil profissional do formando do curso.

O terceiro capítulo, aborda a Instituição voltada para um sistema de gestão da qualidade, comentando sobre o cliente diante da qualidade, as necessidades deste cliente, a política da gestão da qualidade adotada pela Instituição com seus objetivos.

O quarto capítulo descreve a pesquisa de campo aplicada aos acadêmicos, com os procedimentos metodológicos e com a sua tabulação.

Finalizando a conclusão, onde descreve-se os resultados obtidos no trabalho proposto.

1.9 Limitação do Trabalho

O trabalho ficará limitado a uma avaliação qualitativa da satisfação do acadêmico do Curso Superior de Tecnologia em Empreendedorismo do Instituto Superior Tupy, em Joinville. Esta avaliação tem por critério levantar os fatores críticos de sucesso, identificando os pontos fortes e fracos dentro do ambiente educacional, sejam eles institucionais (infra estrutura) ou educacional (didáticos).

Inicia-se por uma pesquisa bibliográfica para fundamentar a qualidade na prestação de serviços neste segmento, e termina com uma análise da pesquisa de campo onde o acadêmico manifestará através de um questionário, o seu grau de satisfação.

2 O DESAFIO DAS INSTITUIÇÕES DE ENSINO FRENTE AO MERCADO

2.1 A Prestação de Serviço nas Instituições de Ensino

Ao retroceder na história, quando o europeu marcou a sua chegada, influenciando toda a cultura original, e marcando definitivamente os rumos da educação futura do país, sendo a exploração dos nossos recursos naturais e subjugação dos povos não cristãos a forma de pagamento a educação dada aos nossos indígenas.

Enquanto que os primeiros jesuítas no Brasil quase que se envergonham , através de suas crônicas, do fato de lhes ter sido necessário exercer trabalhos mecânicos. Seu gosto teria sido de se dedicarem por completo a formar letrados e bachareizinhos dos índios. Pelo que escreve o Padre Simão de Vasconcelos na sua *Chronica da Companhia de Jesus do Estado do Brasil e do que Obraram Seus Filhos nesta Parte do Brasil* vê-se os padres da Companhia aqui chegaram sem nenhum propósito de desenvolver entre os caboclos atividades técnicas ou artísticas, e sim literárias e acadêmicas (FREIRE, 1963, p. 202 apud HARDT, 2003, p.11).

Após quinhentos anos de presença européia, com a sua educação rígida, marcados pela miscigenação de culturas, encontramos hoje em um dos países emergentes que mais vem se destacando no agro negócio como também de produtos manufaturados. Entretanto, em seu meio educacional ainda carece muitos avanços. As profundas transformações políticas e econômicas ocorridas no mundo, principalmente na segunda metade do século XX, conduzem a sociedade brasileira a uma reflexão sobre seus valores, e consubstancialmente à elevação de consciência da população quanto à importância do Brasil no cenário global.

As grandes diferenças sociais e econômicas existentes em nosso país podem ser atribuídas, dentre muitos fatores, fatalmente um é a baixa escolaridade da nossa população.

Para Hardt (2003), o estudo da educação no Brasil nas últimas décadas vem recebendo uma atenção especial em muitos setores. O interesse na educação dispensa comentários, pois através dela promove-se a qualidade das condições de vida. Por outro lado, esta intensa preocupação com a educação merece também uma reflexão, pois levando-se em conta que vivemos em um mundo no qual a alta velocidade na geração de novos conhecimentos e a competitividade acirrada entre os mercados produtores, ávidos por mão de obra especializada, vêem o meio escolar como a solução para formação de profissionais eficientes em curto prazo, deixando de lado talvez a educação em seu sentido amplo, bem como o desenvolvimento da cidadania, a planos posteriores.

É portanto inserido um tipo de sociedade disciplinar preparativa e de controle com a qual convivemos. Queremos de forma objetiva, chegar na questão de que a escola é fortemente influenciada pelo modelo que se deseja para a sociedade produtiva. Em outras palavras, o modelo escolar deve atender as necessidades de produção da sociedade na qual está inserida. (HART, 2003, p. 13).

Ao retroceder algumas décadas as pessoas adquiriam os produtos ou serviços oferecidos sem opção de escolha, pagando por estes preços desproporcionais ao que estava sendo oferecido. A falta de oferta, concorrência e competitividade destes deixavam o cliente sem opção, sem o direito exigência ou preferência.

Nos dias atuais, é sabido e estudado que o mercado esta em constante mutação, desenvolvendo, melhorando ou criando novos modelos de produtos e serviços para poder continuar competindo com qualidade e adquirir vantagens competitivas . Com a demanda em excesso em todos os setores produtivos, a

estratégia esta no que o cliente deseja, aspira, necessita. “À medida que crescem as vantagens competitivas de uma organização, aumenta sua parcela do mercado” (LAUREN; MARTINS, 1998, p. 9).

Conforme Lauren e Martins (1998, p.9):

Para ser competitiva, a empresa deve estabelecer um estratégia de ação para atuar em mercados locais, regionais ou globais. Quanto maior o raio de sua atuação, tanto maior deverá ser sua capacidade competitiva ou, vale dizer, suas vantagens competitivas.

A competição entre as organizações é cruel e acirrada, sendo a percepção das tendências, dos anseios do cliente a chave para sair à frente dos concorrentes. Assim terá uma lucratividade maior, ditando os preços, explorando a falta de oferta enquanto não existir no mercado produto ou serviço igual ou similar.

Para Deming (1997, p.68):

[...] a necessidade de estudar o consumidor e oferecer um produto/ serviço que atenda às suas carências foi uma das principais doutrinas de qualidade adotadas pelas empresas japonesas da década de 1950. Sua contribuição às empresas foi notória, principalmente no que se refere a programas de melhoria contínua da qualidade. Desde então, um longo caminho está sendo percorrido pelas empresas, com objetivo de melhorar a qualidade de seus produtos e serviços aos clientes e conquistar, assim, uma vantagem competitiva.

Deming (1997) comenta que, no intuito de melhorar continuamente a qualidade do produto ou serviço objetivando a conquista do mercado (cliente), precisa conhecê-lo, estudá-lo, como ele percebe e visualiza o valor dos produtos ou serviços, antecipando aos seus anseios e expectativas. Para isso é necessário que a organização melhore continuamente não apenas os produtos ou serviços, mas os processos que os originam.

2.2 O Ensino voltado para qualidade

A luta no mercado hoje, na área da educação, requer que as Instituições de ensino tornem-se extremamente competitivas, buscando continuamente formas e modelos de gestão, como também ações pró-ativas que lhes forneçam um aprendizado de si mesmas, monitorando continuamente a performance dos serviços prestados, visando almejar a satisfação e às expectativas do cliente. Para tanto, as organizações de ensino precisam ser ágeis para responder rapidamente a seus concorrentes. Uma das condições para viabilizar todo este processo é um sistema de gestão da qualidade. “A clareza de que um sistema de gestão da qualidade é acima de tudo uma poderosa ferramenta administrativa, alicerça os interesses da organização e das pessoas que nela convivem” (HARDT, 2003, p. 16).

Hardt (2003) afirma que, com o crescimento do número de alunos a cada ano, como também o número de colaboradores, faz-se necessário a criação de uma estrutura administrativa que permita dar sustentabilidade a este crescimento elevado. Estas bases para consolidar o crescimento, estão apoiados num sistema de gestão da qualidade.

As vantagens com a implantação de um sistema de gestão da qualidade caracteriza-se não só por ser um ganho para a instituição e seus clientes, mas sim por permitir que o ser humano que trabalha nesta organização tenha uma condição melhor para o desempenho do seu trabalho, principalmente pela organização das atividades e pelas oportunidades de capacitação continuada, evidenciadas na Política da Qualidade implantada.

A experiência tem demonstrado que uma educação de qualidade não pode ser obtida em sistemas educacionais e escolas envoltos em burocracias lentas e centralizadoras, preocupados excessivamente com normas e regulamentos e com uma estrutura hierárquica que não lhes confere agilidade na solução de problemas. Sabe-se, hoje, que a escola faz diferença, sim. No desempenho dos alunos, e que sua adequada gestão é discutível para o adequado atingimento de seus objetivos. Há prova contundentes de que a gestão é uma componente decisiva da eficácia escolar. Inúmeros estudos, no Brasil e no exterior, vêm comprovando que escolas bem dirigidas e organizadas são mais eficazes. (XAVIER, 1996, p. 7 apud HART, 2003, p. 15).

2.3 A Instituição de Ensino Tradicional e o novo Modelo

Ao analisar o sistema de gestão educacional deve ser levado em conta todas as formas e modos que influenciaram e ainda influenciam o nosso sistema de educação.

A instituição de ensino em toda a sua existência, cultivou um grande abismo da realidade nacional. Totalmente fechada, restritiva, elitista, em nome de um pretense “padrão de qualidade”, funcionava como uma agência conferidora de “status” social para o professor e para o estudante. O verdadeiro arrombamento das suas portas por levadas maciças de aluno, na última década, desfaria em parte o mito aristocrático do Ensino Superior, na proporção em que se democratizava o acesso a ele.

Paviani (1984) comenta a ausência de cientificidade é a marca negativa do Ensino Superior brasileiro, principalmente o particular. Mestres que desfiam anos a fio a mesma apostila. Mestres que escondem sob uma eloquência pomposa a vazia de idéias e, sobretudo, de pensamento. A repetição da doutrina dos “autores consagrados”, sem o mínimo esforço de exame crítico.

Toda essa minimização intelectual produzindo profissionais, e portanto sem condições de contribuir decisivamente para o compreensão e a descoberta de caminhos do homem brasileiro.

Consubstancialmente, esta ausência de cientificidade se manifesta também nos professores “atualizados”, que lêem livros e revistas estrangeiras, e que apressadamente passam as informações colhidas sem antes as haverem digeridos. O paradigma da grande preocupação das Instituições de ensino no país em estar em dia com os novos conceitos e conhecimentos, muitas vezes levam a lugar nenhum, pois as novas teorias as vezes tendem a desaparecerem. A ausência de atitude científica, é sinal de superficialidade, de diletantismo, de cultura de fachada, meramente decorativa.

O ensino no Brasil é ao mesmo tempo o reflexo e o sustentáculo da cultura brasileira: uma cultura predominante repetitiva de padrões importados, ritualista, verbalista, não criativa. Uma cultura de fachada, gerando e sendo produzida por um ensino universitário sem espírito crítico, mais doutrinário que científico. (THOMÉ, 1998 apud REIS, 2000, p. 59).

A melhor forma de gestão educacional nos leva a uma nova abordagem dos conceitos na educação. No modelo tradicional o conhecimento é transferido dos docentes para os alunos, agora, é construído em conjunto pelos alunos e docentes. Os alunos no tradicional esperam passivamente o espaço que pode ser preenchido pelos conhecimentos do docente, o novo modelo, forma um individuo construtor, descobridor e transformador, ativo de seu próprio conhecimento.

O papel do corpo docente, no modelo tradicional esta voltado à classificação e a separação dos alunos, enquanto os novos preocupam-se no desenvolvimento de talentos e nas competências dos mesmos, através de um relacionamento aberto

pessoal dos alunos com os docentes. Aprendizagem de antes competitiva e individualista da lugar a aprendizagem cooperativa na sala de aula.

O ensino no modelo tradicional, qualquer 'expert' pode lecionar, agora o ato de lecionar é complexo e requer um treinamento adequado, e quando algo der errado, não se procura o culpado, mas a causa, e ajusta-se o sistema resolvendo os problemas não através da intuição e análises subjetivas, mas baseados em fatos e no emprego de ferramentas de qualidade.

Pode-se afirmar que, não é necessário saber para onde ira soprar o vento, mas pode-se, ajustar as velas para tentar pegá-lo. Que tenhamos coragem para mudar o que pode ser mudado, resignação para aceitar o que não pode ser mudado, e sabedoria para distinguir entre um e outro.

2.4 Evolução do Processo Empreendedor nas Instituições de Ensino no Brasil

No início do século passado, a formação acadêmica era rígida e com regras inquestionáveis pelo aluno, propiciando assim a formação de indivíduos afáveis às necessidades do modelo econômico atuante. Na metade do século com a influência do pragmatismo americano, começa o desenvolvimento do ensino profissionalizante com o objetivo de desenvolver mão de obra qualificada as necessidades das industrias nacionais. Com isso, é percebido mais adiante que o verdadeiro potencial de cada indivíduo não é totalmente explorado, sendo assim, começam a ser visualizadas e requeridas outras características como criatividade, trabalho em grupo, comprometimento e solidariedade.

Ao longo do século XX e com maior ênfase no seu final, a educação passa por um profundo processo de transformação em todo o mundo no sentido de democratização das instituições, inclusive escolar. Esta nova escola faz com que também a comunidade comece a participar e a cobrar de forma mais efetiva a formação profissional de seus filhos.

Assim, com a participação da comunidade onde a instituição esta inserida, o questionamento da qualidade do curso proposto começa a ser percebido no meio educacional, como também os objetivos e resultados efetivamente alcançados.

Com o advento da globalização da economia, a competitividade e a qualidade em todos os setores tornaram-se requisitos indispensáveis para a sobrevivência das organizações, e não seria diferente nas instituições de ensino.

A preocupação com a formação de profissionais de capacidade e visão gerencial inovadora, e olhando para uma demanda de clientes necessitados pelos conhecimentos empreendedores, as instituições e entidades governamentais começam a se preocupar com a formação de tecnólogos, principalmente para as micro e pequenas empresas.

O conceito do empreendedorismo tem sido muito difundido nos últimos anos, no Brasil, começou no início da década 1990, e explodindo nos últimos anos. O interesse pelo assunto vem principalmente pela influência dos países capitalistas, sendo o Estados Unidos um dos grandes divulgadores, o significado de *entrepreneurship*¹ é conhecido e referenciado há muitos anos.

A preocupação com a criação de pequenas empresas duradouras e a diminuição da taxa de mortalidade das mesmas, levaram o governo e entidades de classe unirem-se em prol de soluções e mecanismos para diminuir estes problemas.

¹ O termo de origem francesa e quer dizer aquele que assume riscos e começa algo novo.

Cunha (1997), chama atenção para os pontos em comum entre aqueles que fracassam. As principais causas são:

- a desinformação e a falta de atualização dos pequenos empresários no que se refere à situação econômica e a outros fatores que interferem diretamente em seu negócio;
- a falta de competência gerencial e de conhecimento prático do ramo que o empresário escolheu para operar;
- a falta de orientação para o mercado (público alvo) e o desconhecimento das normas básicas de marketing.

“A lição é muito clara: o pequeno empreendedor não pode perder contato com a realidade que o cerca. É necessário lucidez e muita informação” (CUNHA, 1997, p.15).

Nas últimas décadas, após várias tentativas de estabilização da economia e com o advento da globalização, um grande número de corporações tiveram que buscar soluções e alternativas para aumentar a competitividade, reduzir os custos e manter-se no mercado.

Uma das consequências imediatas foi o aumento do índice de desemprego e conseqüentemente a imigração desta força de trabalho para a economia informal, como também para criação de pequenos negócios, e o mais agravante, muitos com a completa incapacidade de atuarem no mercado em que estavam sendo inseridos, por falta de planejamento e formação acadêmica.

O papel do tecnólogo (empreendedor) foi sempre fundamental na sociedade. O ensino do empreendedorismo está se intensificando cada vez mais, causado pela rapidez da evolução tecnológica e com a sofisticação dos meios de produção e da

economia, exigindo a formalização de conhecimentos, que no passado eram adquiridos empiricamente.

A ênfase em empreendedorismo surge muito mais como consequência das mudanças tecnológicas e sua rapidez, e não é apenas um modismo. A competição na economia também força novos empresários a adotar paradigmas diferentes (DORNELAS, 2001, p. 20).

O contexto atual leva para o surgimento de novos empreendedores. Por este motivo, a capacitação dos candidatos a tecnólogos está sendo prioridade em muitos países, inclusive no Brasil, haja vista a crescente preocupação das instituições de ensino em torno do assunto, por meio da criação de cursos e matérias específicas de empreendedorismo, como uma alternativa aos jovens profissionais que se graduam anualmente nos ensinos técnicos e universitários brasileiros.

Há poucos anos, um jovem profissional não aventurava-se na criação de um negócio. O sonho de carreira nas grandes corporações, como também a segurança e a estabilidade que os órgãos públicos ofereciam, com bons salários, eram motivos mais do que suficientes.

Com isto, os cursos de administração davam ênfase na formação de profissionais para administrar grandes empresas e não para a criação. “No passado éramos educados para ser empregado, agora já iniciamos, timidamente, ser educados para ser empreendedor” (LAMBRANHO, 2001, p. 56).

Com a mudança do contexto, tantos os jovens profissionais como os experientes, e as instituições de ensino de administração não estavam preparados. As mudanças na forma de pensar e focar os conceitos, redirecionar ações, levam algum tempo para gerar frutos.

A colheita destes frutos está nas mãos dos tecnólogos, formados em instituições de ensino preocupadas com qualidade, atentas as transformações

globais, sintonizadas com as inovações do mercado de trabalho, ferozmente competitivo que não dá espaço para gestores incapacitados.

2.5 Histórico da INSTITUIÇÃO - SOCIESC IST (Instituto Superior Tupy)

De acordo com Ternes (1989), a SOCIESC teve o seu começo no final década de 50, com Brasil passando por grandes transformações, estrutural, política, e sob o impulso realizador do presidente Juscelino Kubitschek, a nação vive sob a expectativa e o entusiasmo de realizar uma recuperação de 50 anos em cinco. Nasce a indústria automobilística, legítima locomotiva da transformação econômica do país, puxando um extenso comboio de vagões, representado por centenas de pequenas e médias empresas fornecedoras de peças e dentre elas a Fundação Tupy, comandada pelas mãos de Albano Schimidt.

Com a possibilidade de fornecer alguns itens para a recém-instalada Volkswagem do Brasil, viu-se a necessidade de não só manter, mas também de melhorar os padrões de excelência compatíveis com os níveis de qualidade da exigente indústria alemã. Melhorar sempre, acabou sendo a visão da Tupy. O objetivo da excelência da qualidade, transformando desde cedo a empresa num centro de referência nacional, fez com que, espontaneamente, no interior da fábrica, os operários mais credenciados transmitissem informalmente os seus conhecimentos aos mais interessados. Assim, registrava-se os primeiros encontros entre operários, recebendo informações de seus superiores.

Em 1958, assume a presidência da empresa o jovem Hans Dieter Schimidt, com apenas 26 anos, empreendedor e visionário, viaja à Europa. Nessa viagem,

visita as maiores fundições e dentre elas a mais importante fabrica de conexões, a George Fischer, na Suíça. A empresa possuía a sua própria escola de formação de técnicos, com sucesso invejável.

No retorno, traz na bagagem todo o entusiasmo de um jovem visionário, Dieter Schmidt não hesita em aplicar a mesma estratégia de formação de mão-obra técnica e nasce em 1959, a Escola Técnica Tupy. Iniciando com o curso técnico em metalurgia, pioneiro no país na área de fundição.

Impulsionados pelos novos tempos que a empresa passa a viver, sob a ação realizadora de Dieter Schmidt, já em 1962, além da conclusão da primeira turma e das obras físicas de parte do complexo da escola, é criada a Sociedade Educacional Tupy, de caráter civil e filantrópico, recebendo todo o patrimônio da escola. Como resultado da sua rápida e firme evolução, a Escola Técnica é reconhecida pelos governos municipal, estadual e federal. Tratando –se de importante conquista, na medida em que, a partir destes reconhecimentos, a entidade se habilita a firmar convênios e receber subsídios de órgãos oficiais.

Iniciando o nono ano de sua existência, em 1967, a Sociedade Educacional Tupy, firma um Acordo Básico de Cooperação Técnica, entre o Brasil e a Republica Federal da Alemanha. Pelo convênio, O Brasil receberia da Alemanha, como pagamento de exportações de café, maquinas e equipamentos para o ensino profissionalizante.

Além desses equipamentos, como parte do acordo estabelecido entre os dois governos, a escola receberia ainda a ajuda técnica para a melhoria do ensino. Estes dois fatores, equipamentos e ajuda técnica, que se materializaram durante os anos de 1968 a 1971, redimensionaram a Escola Técnica Tupy, dando-lhe uma

configuração definitiva de escola-modelo, transformando-a em uma das mais importantes instituições de ensino técnico em nível de segundo grau do Brasil.

Além da completa revisão e reestruturação curricular, a ajuda alemã completou-se com um intercâmbio de professores. Assim no início da década de 1970, os professores engenheiros da escola, realizaram na Alemanha cursos de aperfeiçoamento, repassando, posteriormente, ao corpo docente as principais técnicas assimiladas na Europa.

A crise econômica mundial, na década de 1980, e o falecimento de Hans Dieter Schmidt dificultaram a situação da Sociedade educacional Tupy. Então, Raul Schmidt solicitou apoio às lideranças empresariais. Em reunião na Associação Comercial e Industrial de Joinville conseguiu a parceria de 30 empresários formando o Conselho Diretivo. Em 1985, a Sociedade Educacional Tupy Transforma-se na Sociedade Educacional de Santa Catarina-SESC/ETT, posteriormente denominada SOCIESC. A partir deste novo modelo outras empresas também passaram a contribuir para a manutenção da instituição.

Outro fator importante foi à criação de um modelo de ensino técnico profissionalizante auto-sustentável, que levou a ETT a prestar serviços às empresas da região. Esta, com o passar dos anos, mostrou-se como a mais adequada das soluções para a sobrevivência da instituição. Aliado à isto, a efetiva integração escola-empresa propiciou uma geração de recursos e transformou a escola num centro de atendimento de questões técnicas de pequenas e médias empresas, inclusive na geração de projetos especiais de pesquisa tecnológica.

O atual modelo de sustentação da SOCIESC se baseia na geração de recursos próprios, sendo a contribuição dos órgãos públicos (basicamente prefeitura municipal) insignificante. Mesmo estas contribuições não são realizadas na forma de

doação, mas sim em troca de bolsas de estudos para alunos carentes, assim como as contribuições das empresas mantenedoras.

A partir de 1990, passam a ser criados Centros de Tecnologia com o objetivo de desenvolver competências em áreas específicas e atuar em pesquisa aplicada. Dentro deste objetivo foram criados o Centro de Mecânica de Precisão de Joinville – CMPJ, em 1990, Centro de Tecnologia em Informática de Joinville – CTIJ, em 1994 e o Centro de Tecnologia em Materiais – CTMa, 1998.

Respondendo a um anseio da comunidade, a SOCIESC, em 1997, cria o Instituto Superior de Tecnologia – IST, posteriormente alterado a denominação para Instituto Superior Tupy, com o objetivo de ministrar ensino superior de graduação e pós-graduação lato sensu e stricto sensu, buscando a formação de profissionais especialistas em áreas de ponta e de prioridade para a indústria regional e nacional./

Desta forma, em 5 de março de 2001 é autorizado pela portaria SESU/MEC374, publicada no Diário Oficial da União em 6 de março de 2001, página 8, o Curso Superior de Tecnologia em Empreendedorismo. Dentro de uma política de expansão das suas atividades, a SOCIESC inaugura em fevereiro de 2000 sua unidade em São Bento do Sul. Criada nos mesmos moldes da Instituição de Joinville, com apoio dos empresários locais. Ainda no início de 2002, em Curitiba, o Centro de Educação Profissional Tupy, visando atender uma lacuna no oferecimento de cursos técnicos em áreas específicas.

A história da Sociesc está sendo moldada pelo meio empresarial de região, pela sociedade regional e principalmente pela comunidade acadêmica, todos comprometidos com o desenvolvimento sociocultural, científico, focando a satisfação do cliente na certeza da formação de bons profissionais.

A história da Sociesc está profundamente ligada a Joinville. A maioria dos alunos que fizeram parte deste convívio eficiente integram, hoje, todos os escalões das grandes empresas de Joinville e região (SNIÉCIKOSYSKI, 2004, p. 8).

Segundo Sniecikosyski (2004, p. 8):

Na Sociesc tudo foi feito sempre com muita seriedade, desde o nascimento da Escola Técnica Tupy até a transformação em Sociedade Educacional de Santa Catarina. Quanto ao futuro, não tenho dúvidas, a entidade continuará colhendo aquilo que plantou: bons frutos.

O crescimento econômico acontece com o avanço da tecnologia, entre tanto, é necessário que o homem esteja consciente de seu papel na sociedade em que vive. Esta é uma tarefa que extrapola os muros da escola ou da empresa. (SCHIMDT, 2004, p. 8).

Abaixo é apresentada uma figura mostrando a estrutura administrativa atual da SOCIESC.

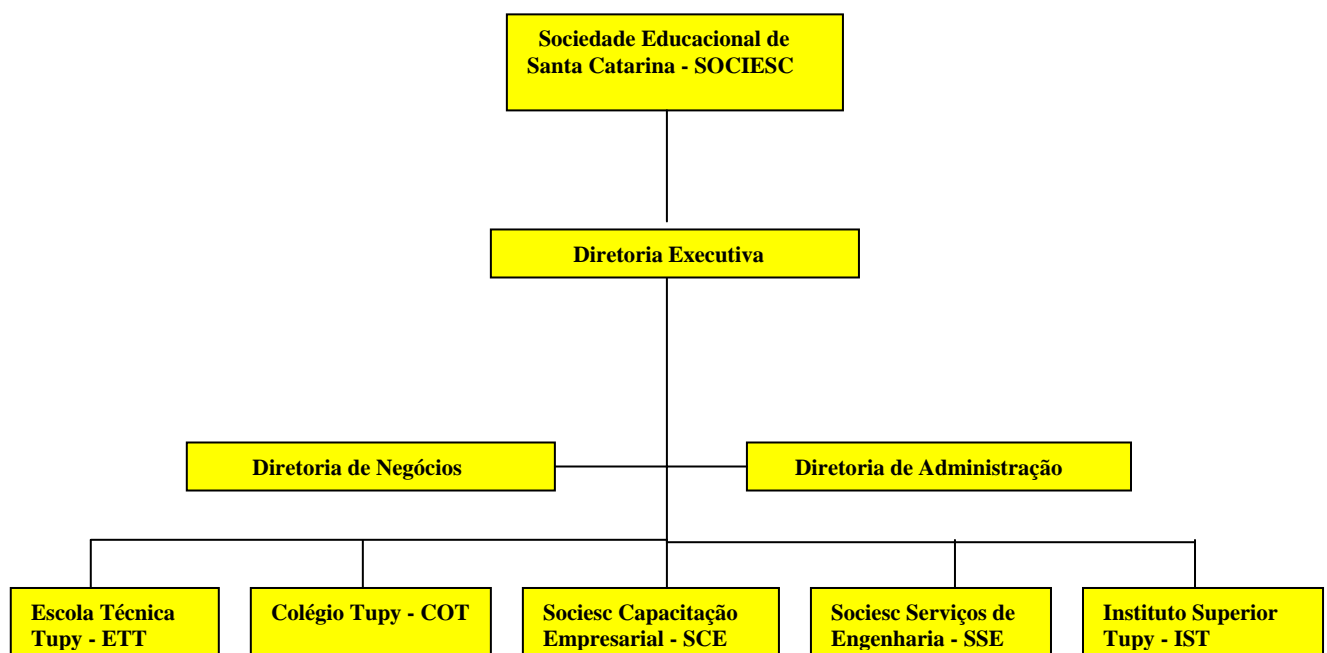


Figura 1 - Organograma SOCIESC 2004
Fonte: O autor

2.6 Curso Superior de Tecnologia em Empreendedorismo no IST

A necessidade da formação técnica especializada para novos empreendedores, detectadas no mercado através de pesquisas realizadas pelo Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e dados estatísticos sobre as Micro e Pequenas Empresas (MPEs), mostram a necessidade de melhor formação desses empresários.

O enxugamento dos quadros de funcionários das organizações de forma generalizada e o aumento da terceirização nas grandes empresas são fatores que levam os egressos dos cursos de nível médio e superior, a procurarem uma alternativa ao emprego formal.

A tendência de modificação das relações de trabalho, exige a complementação da formação técnica dos profissionais em geral, para obter uma visão ampla de um negócio, agir de forma polivalente e ter um comportamento empreendedor dentro de uma empresa.

Nas micro e pequenas empresas existentes, muitas delas familiares, existe a necessidade de melhor formação dos empresários e de seus sucessores. Essa formação, não fornecida atualmente pelas instituições de ensino da região de maneira formal, é necessária para fornecer os conhecimentos necessários para a abertura e gestão de um empreendimento de pequeno porte e para desenvolver as características empreendedoras do profissional.

Para Lambranh (apud DORNELAS, 2001), o principal problema dos empreendedores brasileiros é a falta de planejamento. Por isso, o ensino de empreendedorismo é tão importante. Nos países mais desenvolvidos do mundo

consideram o ensino do empreendedorismo e conseqüentemente o formação de tecnólogos como fator crítico de sucesso para o desenvolvimento econômico.

De maneira fundamental, segundo o projeto Político Pedagógico do curso, o seu currículo propõe ao preparo de um profissional com condições de assumir funções nas áreas de Gestão de Pessoas, Contábil/Financeira, Comercial e Marketing, Suprimentos e desenvolver um plano de negócios de uma empresa, de forma a avaliar a sua viabilidade, baseado no conhecimento dos aspectos relevantes que devem ser analisados, possuindo os conhecimentos administrativos necessários para gerenciar este negócio.

Dados Legais do curso:

- • Curso: Curso Superior de Tecnologia em Empreendedorismo.
- • Autorização: Portaria SESU/MEC 374 de 5 de março de 2001, publicada no Diário Oficial.
- • Portaria SESU/ MEC 374, publicado no Diário Oficial da União em 6 de março de 2001
- • Duração: Mínimo de 5 e Máximo de 10 semestres
- • Titulação: Tecnólogo em Empreendedorismo
- • Instituição: Instituto Superior Tupy – IST
- • Mantenedora: Sociedade Educacional de Santa Catarina –SOCIESC
- • Endereço: Rua Albano Schmidt, 3333 – Bairro Boa Vista
- • Cep: 89227-700 – Joinville – SC.

2.7 O Curso Superior de Tecnologia em Empreendedorismo no IST

O alto índice de desemprego enfrentado no Brasil e as mudanças na economia global criam a necessidade de adaptar aqueles que ingressam no mercado produtivo a esta nova realidade.

A economia atual opera com novas relações de trabalho, de organizações com quadros de funcionários reduzidos e serviços terceirizados. A criação de micro e pequenas empresas é uma alternativa para enfrentar esse novo contexto.

Em alguns países, a participação das micro, pequenas e médias empresas no PIB atinge cerca de 50%, com tendências de crescimento. No Brasil elas representam 25% do PIB e geram 60% dos empregos. Segundo o Plano de Governo do Estado de Santa Catarina(1999/ 2000), o incentivo ao surgimento, fortalecimento e formação de consórcios de exportação de pequenos negócios para MPEs fazem parte para a geração de oportunidades de trabalho e renda.

Segundo dados do Departamento Nacional de Registro do Comércio, das 470 mil empresas registradas no Brasil em 1998, 34% foram enquadradas como micro empresas e cerca de 50% eram pequenas e médias. Ou seja, pelo menos 84% dos empreendimentos no país, são de pequeno porte.

É oportuno, portanto, um estudo mais profundo a respeito do conceito de empreendedorismo, tendo em vista que a maior parte dos negócios criados no país é concebida por pequenos empresários. Estes geralmente não possuem conceitos de gestão de negócios, atuando geralmente de forma empírica e sem planejamento. Isso se reflete diretamente no alto índice de mortalidade dessas pequenas empresas (DORNELAS, 2001, p. 16).

Segundo Ferreira (1999), uma pesquisa realizada pelo SEBRAE-SC, em Florianópolis em 1998, procurou identificar a causa da mortalidade de empresas. Essa pesquisa verificou que das empresas abertas em 1997 em Florianópolis, cerca

de 43% delas não conseguiram permanecer em atividade até agosto/98 e 7% nem chegaram a entrar em funcionamento apesar de terem encaminhado a documentação de abertura de empresa na Junta Comercial.

Os setores de atividade na capital são preponderantemente de Comércio(54%) e Serviços(42%), e diferem da realidade da região de Joinville, onde o setor industrial é mais representativo. Entretanto, como a tendência de fechamento das empresas verificada na pesquisa, independe do ramo de atividade e os valores percentuais são condizentes com os valores a nível nacional, os seus resultados podem ser extrapolados para a região de Joinville.

Os empresários entrevistados nesta pesquisa, tanto nas empresas em atividade como nas empresas que fracassaram, identificaram como os principais fatores para o sucesso o conhecimento do mercado e a existência de um bom administrador.

Verifica-se, a nível nacional, que quanto maior a escolaridade dos empreendedores, maior é a chance de sucesso. Em 63% das firmas de sucesso, os proprietários tem curso superior completo. Em Joinville, a Sondagem Conjuntural do SEBRAE/SC em janeiro de 1999, detectou que 49% dos empreendedores cursaram o ensino médio.

Os cursos formais de administração são voltados principalmente a formação de gerentes e empresários de grandes organizações. Existe, portanto a necessidade de dar formação aos empresários de micro e pequenas empresas para lhes dar subsídios que aumentem suas chances de sucesso.

Assim, o Instituto Superior Tupy vem mais uma vez cumprir com o seu principal objetivo que é o de servir integralmente à comunidade em que está inserida, através do Curso Superior de Tecnologia em Empreendedorismo, tendo

como finalidade a formação de pessoas com os conhecimentos administrativos necessários para a criação e gerenciamento de uma pequena empresa e o desenvolvimento de suas características empreendedoras.

2.8 Finalidades e objetivos do Curso de Tecnologia em Empreendedorismo

Segundo exposto no projeto Político-Pedagógico do curso, este surgiu de necessidades detectadas no mercado, da melhor formação e qualificação dos empresários.

Conforme já citado, fatores como o enxugamento dos quadros de funcionários das organizações e o aumento da terceirização nas grandes empresas levam os egressos dos cursos de nível médio e superior, a procurarem uma alternativa ao emprego formal.

Com isto, exige a complementação da formação técnica dos profissionais em geral, para obter uma visão ampla de um negócio, agir de forma polivalente e ter um comportamento empreendedor dentro de uma empresa.

Atualmente, este conhecimento e/ou esta formação, não são disponibilizados pelas instituições de ensino da região de maneira formal. A formação e conhecimento, são necessários para a abertura e gestão de um empreendimento de pequeno porte, associados ao desenvolvimento das características empreendedoras do profissional.

Dentro das necessidades do mercado podem ser identificadas várias tendências que precisam ser intensificadas e ratificadas para os acadêmicos em

geral, de modo a contribuir para a formação de profissionais, a fim de qualificá-los para sua futura empregabilidade ou auto sustentabilidade profissional.

A experiência indica que a maioria das pessoas, desde que estimuladas, pode desenvolver a mentalidade e habilidades empreendedoras, tornando-se capazes de criar empresas e gerar novos empregos, bem como criar e desenvolver novos projetos dentro das empresas onde ocorre sua área de atuação.

Conforme exposto no Projeto Político Pedagógico do Curso (2001), este tem como objetivo principal a formação de tecnólogos com os conhecimentos técnicos administrativos necessários para a criação e gerenciamento de uma organização e o desenvolvimento de suas características empreendedoras, a fim de capacitá-los como intra-empresendedores fortalecendo sua empregabilidade nas organizações, e como empresendedores, no desenvolvimento de seu próprio negócio.

O profissional formado por esse curso visa atender as transformações sócio-econômicas que atualmente envolvem o país e tem provocado profundas modificações no mercado de trabalho que exige, a formação de profissionais aptos a buscarem alternativas, fortalecendo-lhes as competências necessárias para cada área de atuação que será abordada.

Em época em que ser empresário é quase um imperativo, é muito importante lembrar que por trás das novas idéias que vêm revolucionando a sociedade, existe muito mais do que a visão de futuro e talento individual. Análise, planejamento estratégico-operacional e capacidade de implementação são elementos essenciais no sucesso de empreendimentos inovadores. (DORNELAS, 2001, p. 14).

Visando atender a estes objetivos, conforme o projeto político pedagógico, o Curso Superior de Tecnologia em Empreendedorismo, pretende assegurar que este profissional saberá desempenhar as funções áreas de Gestão de Pessoas, Contábil/Financeira, Comercial e Marketing, Suprimentos e finalmente desenvolver um plano de negócios de uma empresa, de forma a avaliar a sua viabilidade,

baseado no conhecimento dos aspectos relevantes que devem ser analisados, possuindo as competências administrativas necessárias para gerenciar este negócio.

2.9 Perfil Profissional do Formando do Curso

O Curso Superior de Tecnologia em Empreendedorismo ministrado por esta instituição, obedece quanto a sua organização curricular, às linhas mestras de curso dessa natureza e aos princípios de sua criação que é a de ter como objetivo, formar profissionais em decorrência da necessidade do mercado de trabalho ou reclamado pelas características das regiões brasileiras industrializadas.

O profissional formado por esse curso visa atender as transformações sócio-econômicas que atualmente envolvem o país e tem provocado profundas modificações no mercado de trabalho que exige, a formação de profissionais aptos a buscarem alternativas ao mercado de trabalho formal e a gerarem novos empregos.

Visando atender a este objetivo, o Curso Superior de Tecnologia em Empreendedorismo pretende assegurar que este profissional saberá desenvolver um plano de criação de uma pequena empresa, de forma a avaliar a sua viabilidade, baseado no conhecimento dos aspectos relevantes que devem ser analisados e terá os conhecimentos administrativos necessários para gerenciar este negócio.

Assim sendo, o Tecnólogo em Empreendedorismo é um profissional de nível superior com uma visão geral das *micro e pequenas empresas*, apto a exercer as seguintes atividades:

- Realizar o planejamento de uma nova micro ou pequena empresa, elaborar seu plano de negócios e efetivar sua abertura, seja a empresa comercial, industrial e/ou de prestação de serviços;
- Determinar os métodos gerais de organização e planejar a utilização eficaz da mão-de-obra, do equipamento, do material, dos serviços e dos capitais de uma MPE;
- Avaliar o desempenho da empresa, com comparações entre as metas estabelecidas e os resultados alcançados para então corrigir distorções e implementar melhorias;
- Elaborar rotinas de trabalho na MPE, visando a implantação de sistemas que devem conduzir a melhores resultados com menores custos, o que exige a utilização de organogramas, fluxogramas e outros instrumentos de trabalho; e
- Prestar serviços de assessoria e/ou consultoria, orientar empresários de MPEs em relação as atividades.

O Curso Superior de Tecnologia em Empreendedorismo, através de seus módulos, emprega conceitos que permitem o desenvolvimento, a análise, a estruturação e a criação de empresas tanto industriais, quanto comerciais ou prestadoras de serviços.

O Tecnólogo em Empreendedorismo é um profissional de nível superior com uma visão geral *das organizações*, apto a exercer as seguintes atividades:

- Realizar o planejamento de uma empresa, elaborar seu plano de negócios e efetivar sua abertura, seja a empresa comercial, industrial e/ou de prestação de serviços;

- Determinar os métodos gerais de organização e planejar a utilização eficaz da mão-de-obra, do equipamento, do material, dos serviços e dos capitais.
- Avaliar o desempenho da empresa, com comparações entre as metas estabelecidas e os resultados alcançados para então corrigir distorções e implementar melhorias;
- Elaborar processos de trabalho na Organização, visando a implantação de sistemas que devem conduzir a melhores resultados com menores custos, o que exige a utilização de organogramas, fluxogramas e outras ferramentas.
- Atuar de forma empreendedora nas organizações, buscando o aprimoramento constante dos processos, produtos e/ou serviços, fazendo uso de ferramentas adequadas a situação;
- Planejar e efetivar a abertura de uma micro ou pequena empresa, elaborando seu plano de negócio;
- Analisar o desempenho de uma área ou negócio, propondo e implementando melhorias na organização;
- Gerenciar equipes, processos e recursos buscando o atingir metas estabelecidas;
- Prestar serviços de assessoria e/ou consultoria a empresários de micro e pequena empresa;
- Agir de forma alinhada com os preceitos da responsabilidade social e do desenvolvimento sustentável nos diferentes aspectos da vida coletiva; e

- Desenvolver atividades associativistas e/ou cooperativistas com o intuito de contribuir com o desenvolvimento econômico e social do meio em que atua.

3 A INSTITUIÇÃO VOLTADA PARA UM SISTEMA DE GESTÃO DA QUALIDADE

3.1 Cliente Diante da Qualidade

Ao confrontar as necessidades e exigências do cliente, precisa primeiro ser analisado a verdadeiro sentido da palavra “cliente”, e como ele define a qualidade.

A definição e o sentido certamente irão gerar uma grande polêmica, pois há muitos educadores que simplesmente vêem o aluno como o indivíduo que busca na instituição o aprendizado, a formação profissional, sem questionar as suas expectativas, necessidades e satisfações diante do serviço realizado.

A palavra “cliente”. Poderia surgir a pergunta: Quem é o cliente da escola? Esta pergunta feita às pessoas do meio, durante a nossa vivência escolar, tem gerado situações nas quais percebemos que colegas, aos quais atribuímos uma visão fechada, crêem que trabalhar na educação de um ser humano, não possa ser uma relação entre fornecedor e cliente. É um dos “ranços” que atribuímos aos educadores em geral, que buscando em tudo subjetividade, parecem desviar-se do compromisso de professor profissional perante um aluno que lá está buscando aprendizagem, crescimento, profissionalização e espaço para exercício de sua autonomia. (HARDT, 2003, p. 36).

Segundo Hardt (2003), é menos constrangedor para o educador falar do aluno como indivíduo, com sua história de vida, e desviar-se quando se fala em objetividade perante um cliente, ou seja, atendê-lo naquilo que precisa saber para evoluir, tornando-se competente e capaz de sobreviver com certa autonomia e independência no meio social, físico, político e econômico.

Ao analisar o serviço prestado com qualidade, significa proporcionar e compreender plenamente ambas as dimensões, não se prendendo a uma definição interna de qualidade. Se faz necessário o busca constante de novos métodos,

pesquisando, implantando e reformulando os seus serviços, com a única visão: oferecer ao cliente, o que o cliente necessita para fazer frente ao contexto sócio-cultural.

O resultado na prestação do serviço esta sempre ligado na satisfação e expectativa do cliente, ou seja, a qualidade de serviço é variável entre as pessoas.

Qualidade em serviços, segundo Albrecht (apud Las Casas, 1997), é a capacidade que uma experiência ou qualquer outro fator tenha para satisfazer uma necessidade, resolver um problema ou fornecer benefícios a alguém. Melhor dizendo. Serviço com qualidade é aquele que tem a capacidade de proporcionar satisfação.

Ao analisar a missão da Instituição, pode-se verificar de uma forma genérica a necessidade da sobrevivência da organização. Para tanto, a melhor forma de continuar concorrendo e permanecer no mercado competitivo é prestar o serviço com qualidade, almejando o seu crescimento contínuo, ampliando os seus horizontes de atuação, visando sempre a satisfação do cliente conjuntamente com a realidade do mercado.

3.2 Necessidades do Cliente

Ao analisar-se a consciência da organização com a prestação de serviços de qualidade, fatalmente será defrontada a questão das necessidades do cliente, cabe-se levantar o tipo do cliente, os seus desejos, o que almeja, para onde vai, o que de fato ele necessita. Desta forma cabe a instituição perceber estas variáveis, que sintonizada com a comunidade, está constantemente interagindo com este meio.

Para tanto, a instituição deve ter um Projeto Político Pedagógico consistente, que conforme recomenda a Lei de Diretrizes e Bases da Educação (LDBE), deve ter a participação do corpo docente, funcionários e representantes da comunidade em questão.

Um trabalho contínuo, freqüentemente monitorado para permitir as devidas correções dos objetivos da Instituição.

As necessidades dos clientes estão sempre mudando. Não existe uma lista final de necessidades de clientes. Algumas dessas mudanças são respostas às forças poderosas que continuam a surgir no horizonte: novas tecnologias, concorrência no mercado, perturbações sociais e conflitos internacionais. Essas forças inconstantes podem criar novas necessidades dos clientes, ou alterar a prioridade atribuída às necessidades existentes. (JURAN, 1992, p.103).

Ao analisar este contexto, cabe o questionamento: qual o motivo que o levou o cliente a comprar o nosso produto? Qual a sua motivação para tanto? Uma das respostas, seria a falta de opção, ou preço do nosso produto, ou ainda o nosso produto era o melhor disponível no mercado.

Paladini (1997) comenta que, nenhum destes fatores pode garantir a fidelidade do cliente consumidor ao produto, pois ele de repente encontrou outro produto, que não conhecia e resolve adquiri-lo e pode gostar e, com isto perde-se o consumidor. Ainda é possível que, depois que utilizou o produto, pode decepcionar-se e passe para a concorrência ou substitua o produto atual por outro similar.

Conforme Paladini (1997), se por outro lado o consumidor adquire o produto por causa de sua marca, que lhe inspira confiança: ou porque ele sabe, por experiência própria, que o produto tem bom desempenho, é viável e atende suas necessidades ou ainda, porque pessoas que ele conhece garantiram que se trata de um bom produto e isto lhe transmite confiança.

Desta forma, como acima exposto e comentado, não basta a identificação das necessidades dos clientes, ou conhecê-lo. A identificação do cliente deve ser feita em termos de quem vai utilizar nosso serviço, independente da pessoa ou de detalhamento de seu perfil.

Assim, todo consumidor é uma pessoa que tem necessidades, expectativas, conveniências e exigências acerca do serviço oferecido. Identificá-lo, significa listar itens fixados por ele e checar quais e como o nosso serviço o contempla. Sempre em consonância com a lei, e com os anseios da coletividade que recebe direta ou indiretamente os serviços da instituição, cabe a ela portanto, ajustar-se quanto aos seus propósitos e também quanto às demandas do público a quem ela atende.

Ainda e antes da questão legal, considerar que a participação e projeto é inerente e da essencialidade do ser humano como sujeito cultural, coletivo e histórico.

3.3 Política da Gestão da Qualidade na SOCIESC

3.3.1 Implantação do Sistema de Gestão

Desde a fundação da Escola técnica Tupy na década de 50, a Instituição teve e tem hoje como prioridade a qualidade em educação. Compartilhando e respeitando o desenvolvimento da comunidade em todos os períodos da História da região. Teve com isso o reconhecimento pelos excelentes serviços prestados, marcados pelo formandos que a cada ano saem para o mercado de trabalho.

No decorrer dos anos 90, o país passou por transformações econômicas, políticas e sociais gerando uma ávida necessidade de transformação no meio empresarial, e não sendo diferente no meio educacional. Com isto foram feitas tentativas de implantação que não deram o efeito desejado, mas serviram de para novas iniciativas.

Após uma reavaliação de objetivos, através de um planejamento estratégico de cinco anos (2000-2005), surgiu a possibilidade concreta para a implantação de um sistema de qualidade. O projeto estabelece a contratação de profissionais com dedicação exclusiva, provisão de recursos para a criação de um departamento de gestão da qualidade com todos os materiais necessários, fundamentando assim o comprometimento da instituição.

A resistência as transformações fatalmente ocorreram, mas foram estimuladas a participar do processo, pois a organização estava convicta dos benefícios deste projeto e que seria necessária a participação de todos. Nesta formatação, o sistema SOCIESC conseguiu otimizar a utilização de recursos específicos das áreas, mantendo uma visão corporativa disseminada.

O processo de implantação do sistema de gestão da qualidade no Instituto Superior Tupy (IST) começou em meados de 2001, e obtendo sua certificação em maio de 2003. Sendo esta etapa a mais dificultosa, por se tratar de uma unidade educacional e pelo fato desta unidade estar se estruturando devido ao pouco tempo de existência.

A inexistência de uma cultura organizacional, por décadas tão marcante na Escola Técnica Tupy e nas áreas industriais, demandava da direção esforços grandes para o alinhamento com os objetivos corporativos, representando ainda hoje um ponto a ser trabalhado – desenvolver a identidade do IST. (HARDT, 2003, p. 45).

Hardt (2003) afirma, que o ambiente educacional tem mais dificuldades com as questões administrativas e de gerenciamento. Sendo atribuída esta dificuldade a

formação dos profissionais, oriundos do meio acadêmico, com larga experiência nas suas áreas específicas, ao ocuparem cargos de liderança, sentem o peso de administrar. Com isso é um desafio da Instituição buscar a capacitação administrativa destes profissionais, desafio este que recebe suporte por meio dos objetivos da qualidade.

Assim, o sistema de gestão da qualidade permite que indicadores de baixo desempenho ou outros desvios de objetivos, sejam eliminados ou minimizados e gradativamente através dos recursos implantados levará a uma diminuição destas incidências.

3.3.2 Objetivos da Política da Qualidade na Instituição

Segundo o Departamento de Gestão da Qualidade da SOCIESC e o que estabelece a Norma NBR ISSO 9001: 2000 e definidos no DC 0003, a Qualidade na SOCIESC se faz:

- Provendo serviços que atendam aos requisitos de seus clientes;
- Investindo na capacitação continuada de seus valores humanos, em novas tecnologias, na melhoria contínua de seus processos e no desenvolvimento da comunidade.

A Política da Qualidade parte dos princípios do atendimento aos requisitos dos clientes, respeito ao desenvolvimento das pessoas, comprometimento com a produtividade e modernização, com a melhoria contínua dos processos e com a participação da comunidade.

Objetivando, disponibilizar produtos e serviços dentro das especificações acordadas, assegurar a capacitação continuada dos profissionais, assegurar investimentos em equipamentos e melhorias, Aprimorar continuamente as atividades realizadas e gerar margem de contribuição para o desenvolvimento da educação.

Para a mensuração dos objetivos, são utilizados indicadores que avaliam:

- a satisfação dos clientes externos e internos;
- as horas de capacitação e treinamento de colaboradores;
- a eficácia dos treinamento, bem como a satisfação dos colaboradores;
- indica o orçamento para investimentos em melhorias e equipamentos;
- a eficácia de ação corretiva e preventiva do processos de melhoria com a certificação ISSO 9001 de todos.

Para o atendimento dos objetivos acima expostos são definidas metas, referenciadas também no DC 0003 da Política da Qualidade.

3.4 Determinação dos requisitos do Cliente – IST

No que tange aos requisitos do cliente, segundo NBR ISSO 9001: 2000 e de acordo com o Manual da Qualidade – parte IV, definidos no DC 0005, a SOCIESC determina e divulga os requisitos do cliente, incluindo aqueles não declarados. Os requisitos podem incluir além da disponibilidade de cursos de interesse, atividades relacionadas com atendimento, bem como requisitos estatutários e regulamentares relacionados ao produto.

De acordo com o DC 0003 da Política da Qualidade da Instituição, os requisitos explícitos ou implícitos são:

O bom atendimento, com a participação de todos os colaboradores, dentro de cada função, tratando o aluno com presteza e cortesia, dando informações de forma correta, procurando atendê-lo nas suas expectativas;

A qualidade nos cursos com a participação dos diretores, coordenadores e professores. Atuando na obtenção dos resultados desejados, através de avaliações com os alunos;

O comprometimento com os alunos, com a participação de todos os colaboradores, estando cada um ciente de seu papel no processo global que representa a formação do aluno, proposta pelo curso que frequenta na instituição;

A visão constante nas necessidades do Mercado, com a participação de todos os colaboradores, estando cada um atento as necessidades e oportunidades do mercado, buscando constante atualização; com a dedicação e participação de todos os colaboradores para zelar pela conservação e segurança das instalações e equipamentos.

4 AVALIAÇÃO ACADÊMICA EM RELAÇÃO AO CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM EMPREENDEDORISMO

4.1 População e Amostra da Pesquisa de Campo

Para avaliar os resultados da pesquisa faz-se a necessidade da utilização de um método estatístico, pois a estatística ajuda a tomar decisões com informações incompletas, tendo presente que o sucesso da decisão dependerá da habilidade do analista para compreender as informações contidas nos dados. “O objetivo da estatística é organizar, resumir, analisar e interpretar observações disponíveis” (LAPPONI, 2000, p. 03).

Para começar a pesquisa torna-se necessário estabelecer a quantidade de pessoas a serem pesquisadas ou melhor, a População Estatística.

Segundo Crespo (1995), ao conjunto de entes portadores de, pelo menos, uma característica comum denominamos população ou universo estatístico, sendo como exemplo os estudantes os entes constituintes da população, e tendo como característica comum o estudo.

Amostra conforme Crespo (1995), é um subconjunto finito de uma população, muitas vezes por fatores econômicos pode-se limitar as observações de uma pesquisa a apenas uma parte dela. A esta parte chamamos de amostra representativa que tem as mesmas características da população de onde foi retirada.

Com o intuito de contabilizar a pesquisa abrangendo todo o universo populacional do Curso Superior de Tecnologia em Empreendedorismo do IST,

contendo assim os acadêmicos da 1ª à 5ª fase do curso, no primeiro semestre de 2004, correspondendo a uma população de $N = 336$ estudantes.

O questionário foi aplicado em sala de aula com os alunos, mas como nem sempre é possível a presença de todos, foi obtido uma amostra aleatória simples $n = 191$ estudantes, contendo um erro amostral.

Segundo Barbetta (2003, p.60), “Um primeiro cálculo do tamanho da amostra pode ser feito, mesmo sem conhecer o tamanho da população, através da seguinte expressão:

$$n_0 = 1 / E^2 \text{ onde,}$$

E^2 = erro amostral tolerável

n_0 = uma primeira aproximação para o tamanho da amostra

Contudo, conforme Barbetta (2003), conhecendo o tamanho N da população como é o nosso caso específico, podemos corrigir a expressão anterior, por:

$n = (N \times n_0) / (N + n_0)$, sendo n o tamanho da amostra.

Ou seja, conforme os dados obtidos, pode-se calcular o erro amostral tolerável, pois:

$$191 = (336 \times n_0) / (336 + n_0) \longrightarrow 64176 + 191n_0 = 336n_0$$

$$n_0 = 64176 / 145$$

$$n_0 = 442,59 \text{ alunos}$$

Assim o erro amostral tolerável é:

$$n_o = 1 / E^2 \longrightarrow E^2 = 1 / n_o$$

$$E = \sqrt{1 / 442,59} \longrightarrow E = 0,0475 \text{ ou } E = 4,75\%$$

O erro amostral tolerável é de 4,75%, estando dentro dos parâmetros pré estabelecidos pela estatística aplicada de no Maximo 5%. Segundo Downing (1999 apud REIS, 2000, p. 51), “É prática comum planejar o teste de modo que a chance de cometer um erro seja inferior a um valor especificado, em geral 5%”.

4.2 Questionário de Pesquisa de Campo

O questionário foi elaborado conforme Reis (2000) e o questionário institucional do IST.

O trabalho de Reis (2000), tem a abordagem semelhante a esta pesquisa, as questões levantadas por este autor retrata um quadro similar ao ambiente desta pesquisa, como também o questionário institucional aplicado aos alunos do IST, permitindo fundamentar o estudo.

O questionário foi dividido em sete etapas. A primeira parte, retrata o perfil sócio-econômico; a segunda, questiona o aluno em relação ao curso e sua satisfação; a terceira parte, a satisfação com o corpo docente; a quarta, o aluno questiona a qualidade e quantidade dos recursos didáticos; a quinta parte, é questionado a estrutura física; a sexta parte o aluno questiona a infra estrutura da

instituição e a sétima e última parte, o aluno demonstra a sua satisfação e perspectiva para o futuro.

A pesquisa foi feita em sala de aula aos acadêmicos de forma direta, respondendo um total de cinquenta questões. Como já mencionado, não foi possível obter 100% da totalidade dos alunos, pois alguns estavam ausentes no dia da aplicação da pesquisa.

4.3 Apresentação dos Resultados da Pesquisa

Para melhor retratar e visualizar os resultados da pesquisa, cada item do questionário é representado por um gráfico. As tabelas possuem um cabeçalho contendo a pergunta, as opções de respostas, a frequência de alunos diante das respostas optadas e o percentual da cada opção diante da frequência total

4.3.1 Avaliação da pesquisa

4.3.1.1 O Perfil Sócio-Econômico

1. Gênero

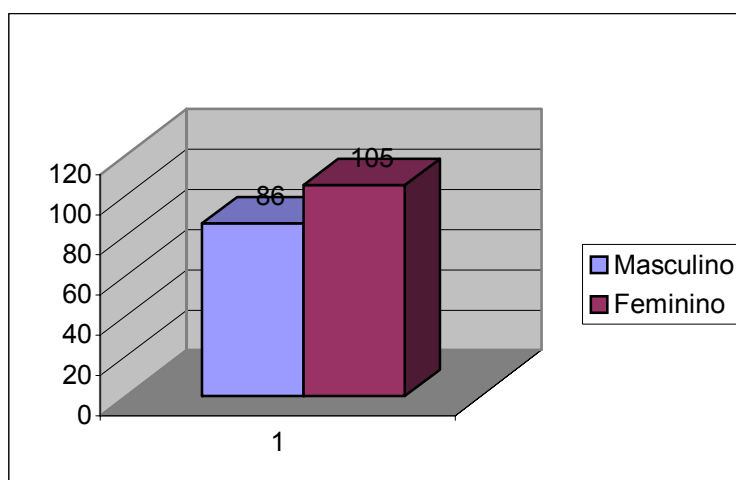


Gráfico 1 – Gênero
Fonte: Dados Primários

O sexo feminino se faz presente com uma pequena maioria, 55%.

Nos dias atuais e globalizado, não existe mais a predominância do homem no mercado de trabalho. A mulher buscou o seu lugar, competindo com o com o sexo oposto, demonstrando a necessidade do aprimoramento da busca do conhecimento profissional.

2. Idade

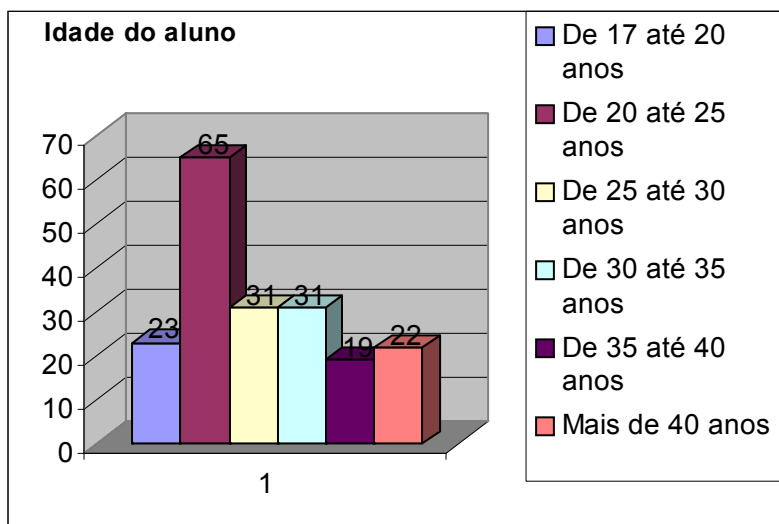


Gráfico 2 – Idade
Fonte: Dados Primários

Como se pode observar, há uma predominância dos jovens alunos da faixa etária de 20 a 25 anos, aproximadamente 34%, fato que pode ser interpretado como a necessidade do jovem, já maduro intelectualmente, Idealizar uma condição de vida melhor, através da formação profissional específica com um curso de graduação.

As dificuldades econômicas, a empregabilidade como também a necessidade de se manter no emprego, são fatores relevantes para o jovem amadurecido intelectualmente visualizar a importância da busca do conhecimento.

Outro aspecto pôde ser analisado pela pesquisa, acadêmicos com mais de 35 anos estão voltando à sala de aula, vítimas das inovações tecnológicas, buscam a qualificação para não serem presas fáceis do feroz mercado de trabalho, que aclama por profissionais inovadores e capacitados. “Ao mesmo tempo em que o desemprego aumentou no país, cresceu o número de vagas que as empresas não conseguem fechar por não encontrarem profissionais qualificados” (SILVA, 2000, p.172).

Portanto, o mercado necessita de profissionais especializados, a idade não é um fator de risco para a busca do emprego, basta estar qualificado.

3. Estado civil

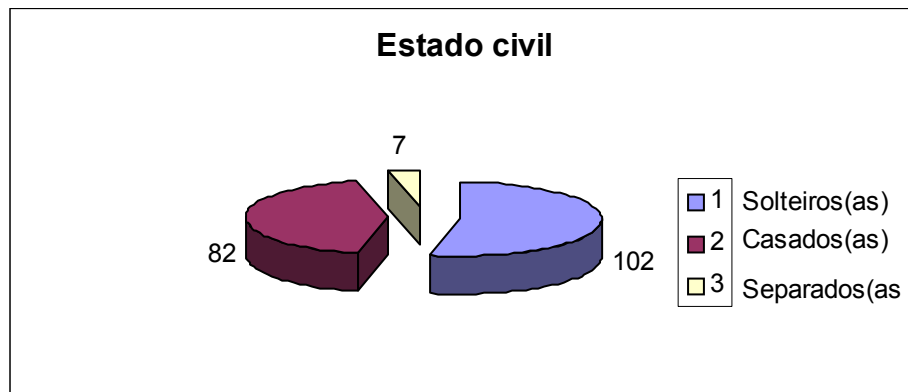


Gráfico 3 – Estado Civil
Fonte: Dados Primários

A predominância dos acadêmicos solteiros, 53%, é justificada pela faixa etária, jovens de 20 a 25 anos, sendo a prioridade deste jovens a afirmação profissional e salarial. Os casados que também compõe um número significativo, 42,9%, correspondem na sua maioria os acadêmicos com mais de 25 anos, já possuem uma estabilidade financeira compatível com as suas necessidades.

4. Meio de locomoção

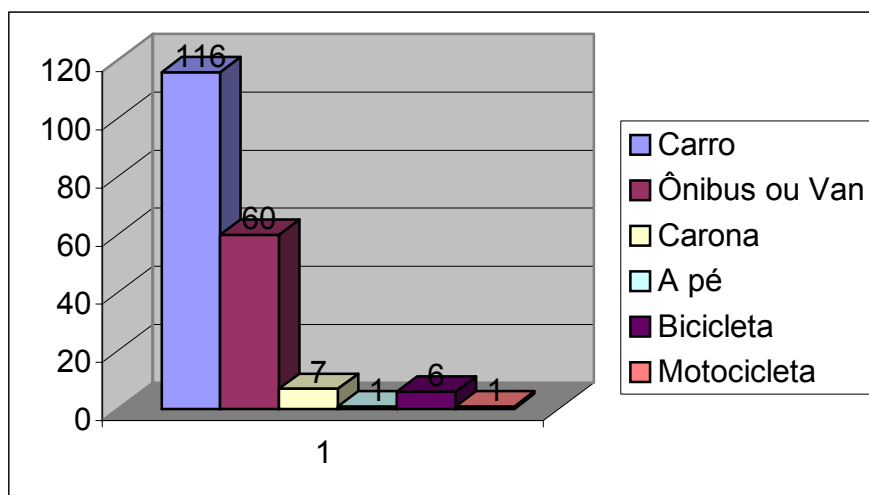


Gráfico 4 – Meio de Locomoção
Fonte: Dados Primários

Obteve-se um numero elevado de acadêmicos que utilizam o carro como o meio de locomoção, 60,73%, sendo o ônibus ou van o segundo grande meio, 31,41%. Este fato é facilmente constatado pelo volume de carros que trafegam pelos estacionamentos da Instituição.

5. Qual o ramo de atividade em que você atua?

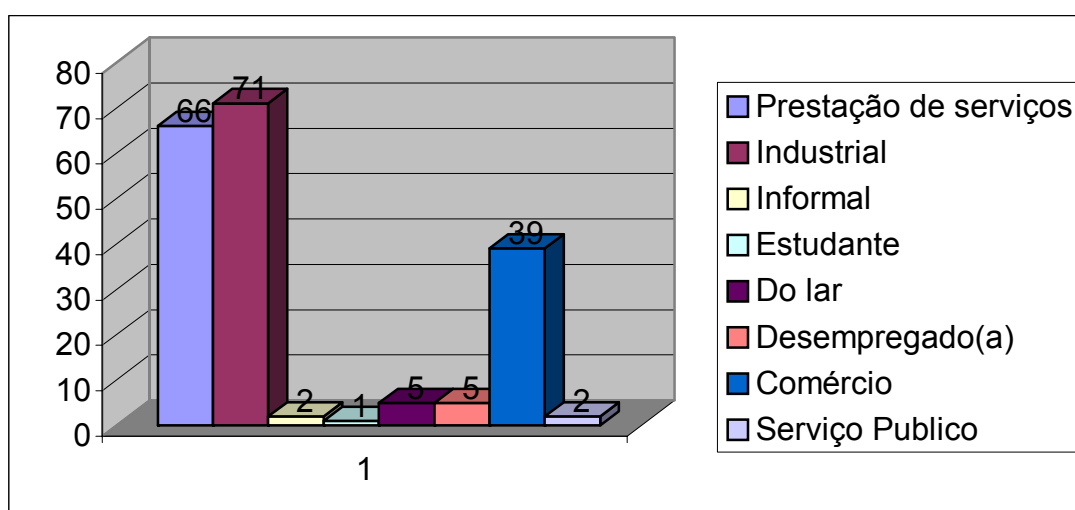


Gráfico 5 – Ramo de atividade em que você atua
Fonte: Dados Primários

A grande maioria dos acadêmicos trabalha no setor industrial e nas empresas de prestação de serviços, incluindo nesta modalidade, as pequenas metalúrgicas que atuam como prestadoras de serviço para as grandes empresas de manufatura da região. Assim, 37,17%, atuam no setor industrial e 34,55%, nas empresas de prestação de serviços, sendo que os dois ramos estão ligados ao setor metal mecânico.

Outro aspecto interessante, é que 15,70%, trabalham no comércio, ramo que se beneficia da forte atividade industrial da região.

6. Qual a função que você ocupa na sua atividade?

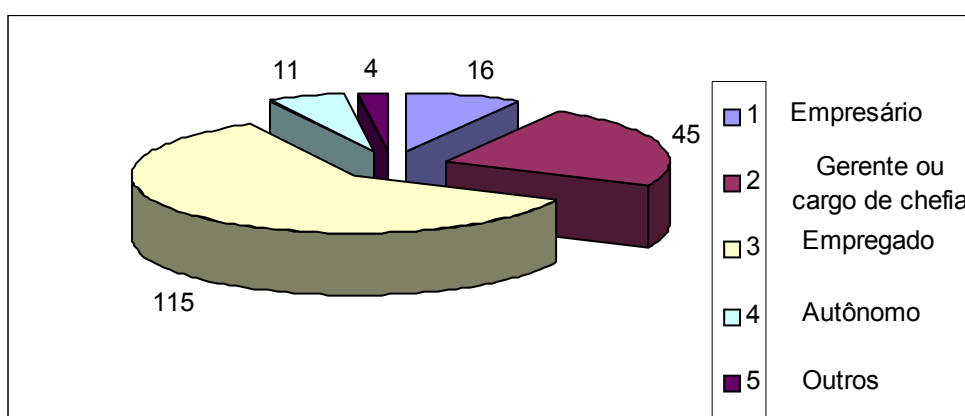


Gráfico 6 – Qual

a função que você ocupa na sua atividade
Fonte: Dados Primários

Pôde-se observar, com esta questão, que a grande maioria dos alunos, 60,21%, são empregados, seguidos pelos gerentes, 23,56%, reafirmando com isto, a consciência do empregado em aprimorar o seu conhecimento técnico, tornando-os cada vez mais competitivos no mercado de trabalho.

7. Qual o seu grau de escolaridade?

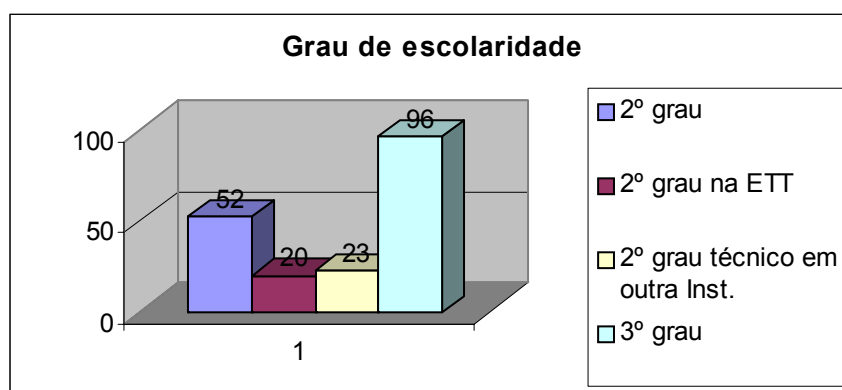


Gráfico 7 – Grau de escolaridade
Fonte: Dados Primários

Através desta pergunta, obteve-se um resultado interessante, 50,26% dos acadêmicos, já possuem um curso de graduação. Este fato retrata o sentimento do acadêmico na busca de um curso complementar ou de conhecimento específico.

8. Qual a sua renda mensal?

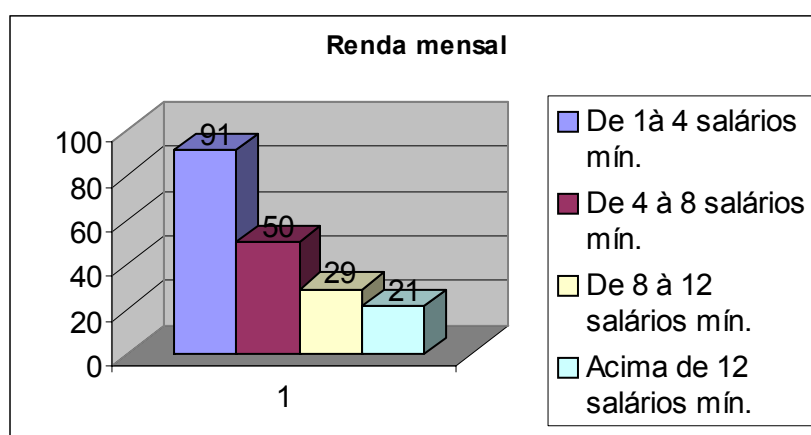


Gráfico 8 – Renda Mensal
Fonte: Dados Primários

Pôde-se observar, nesta questão, a baixa remuneração da maioria dos acadêmicos, 47,64% ganham de 1 a 4 salários mínimos, somados aos 26,17% que ganham de 4 a 8 salários mínimos, pode-se afirmar que aproximadamente 74% dos

alunos, não ultrapassam os 8 salários mínimos, é um fato negativo, levando em consideração que mais da metade dos acadêmicos possuem um curso de graduação universitária.

9. Em que cidade você reside?

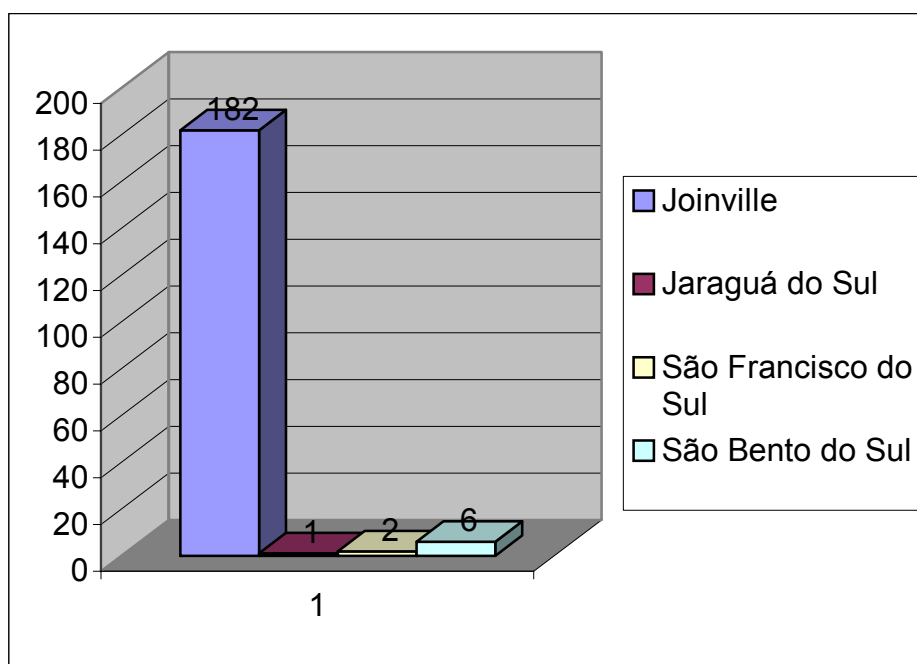


Gráfico 9 – Em que cidade você reside
Fonte: Dados Primários

A grande maioria dos alunos, 95,28%, reside em Joinville, justificado pelo fato que a Instituição se localiza nesta cidade. O restante dos acadêmicos entrevistados, 4,72%, residem nas cidades vizinhas da região Norte do estado.

4.3.1.2 O aluno em relação ao curso

10. Qual a fase que você está cursando?

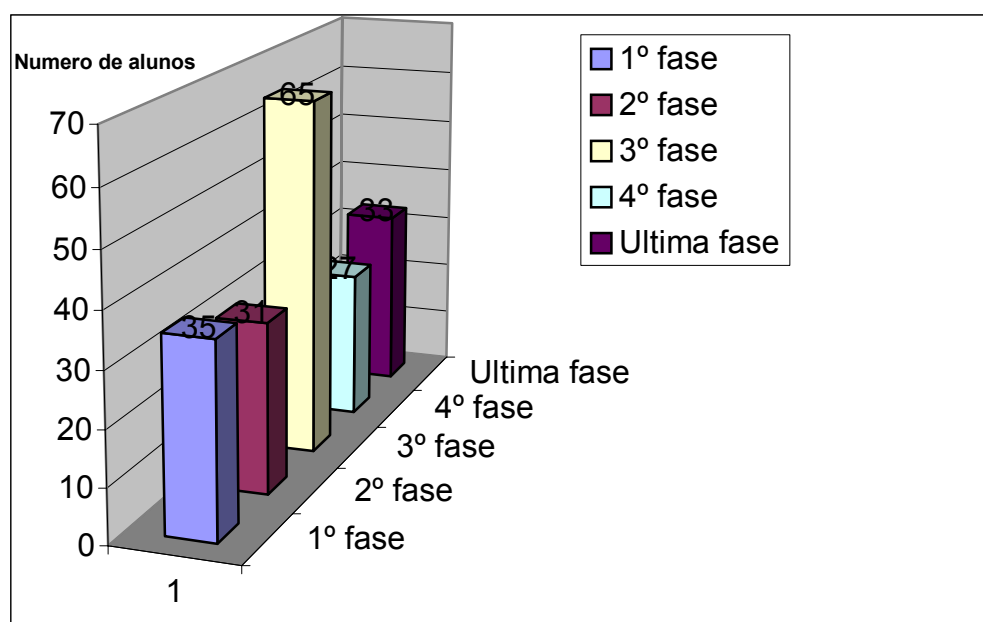


Gráfico 10 – A fase que você está cursando

Fonte: Dados Primários

Como já mencionado anteriormente, tentou-se pesquisar toda a população, mas não foi possível, pois muitos alunos não estavam presentes nos dias em que o questionário foi aplicado. Mesmo assim a amostra pesquisada é representativa, com 191 estudantes, perfazendo um erro amostral tolerável de 4,75%. A terceira fase é a que concentra o maior numero de acadêmicos, 34%. As fases restantes possuem um contingente de acadêmicos semelhantes.

11. Quais são as suas expectativas com relação ao curso de Empreendedorismo, quando Concluído?

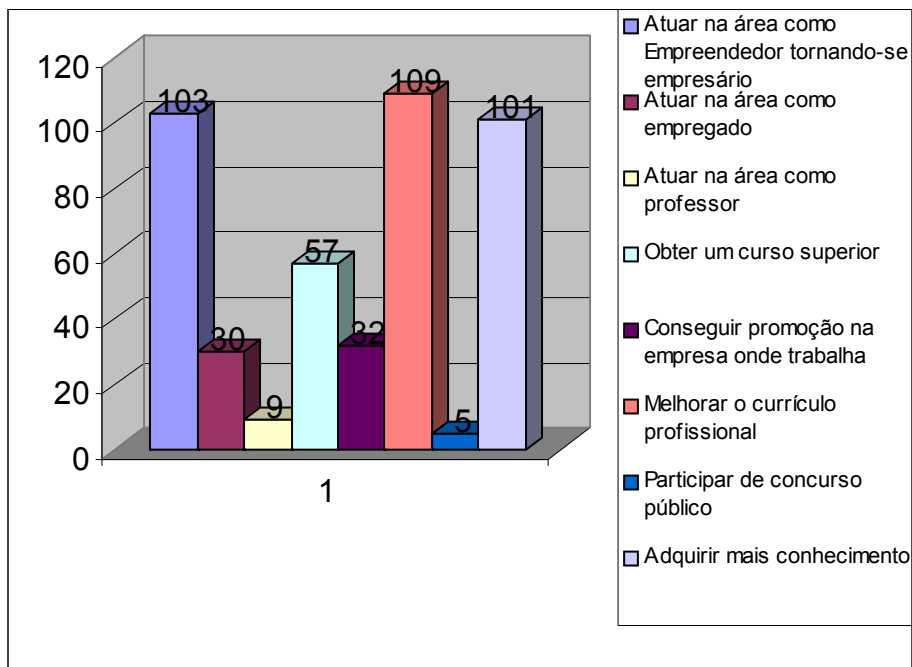


Gráfico 11 – Expectativas com relação ao curso de Empreendedorismo quando Concluído

Fonte: Dados Primários

Obs.: O acadêmico pode optar por até três respostas.

Nesta questão pôde-se observar que a maioria dos acadêmicos visam três aspectos que consideram mais importantes. O primeiro é a melhoria do currículo profissional, o segundo, o desejo de tornar-se um empreendedor e com isso empresário e o terceiro é a melhoria do conhecimento. Ou seja, a necessidade da empregabilidade através do conhecimento universitário, moldado a um perfil empreendedor. Assim estarão gabaritados para o mercado de trabalho, vigorosamente competitivo.

12. O que o levou a optar pelo curso de Empreendedorismo?

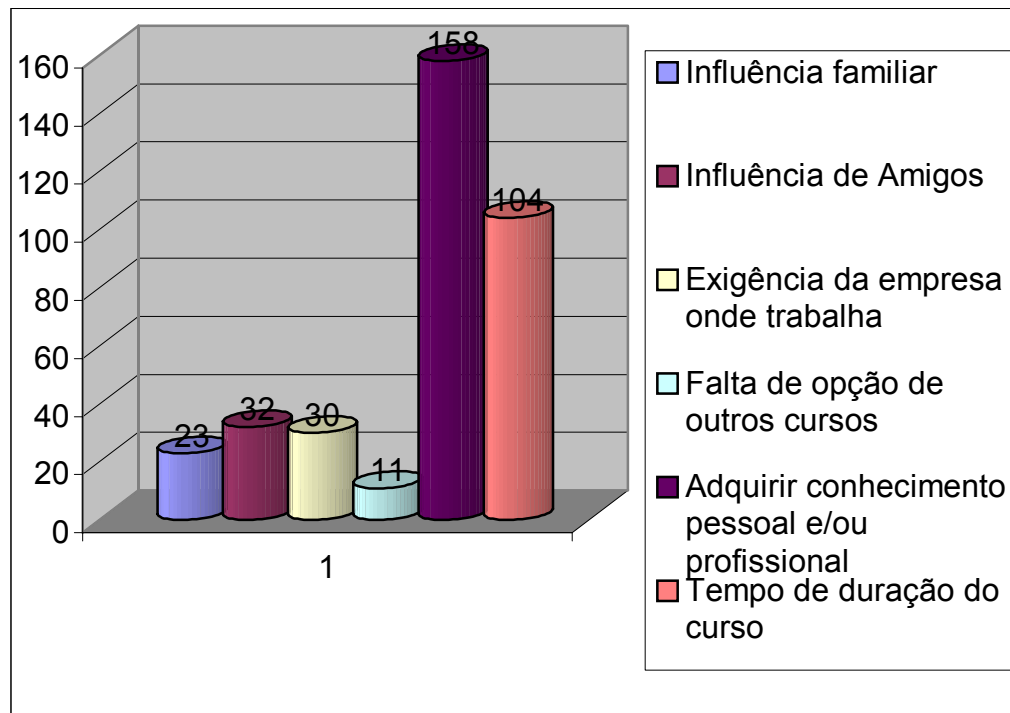


Gráfico 12 - O que o levou a optar pelo curso de Empreendedorismo

Fonte: Dados Primários

Obs.: O acadêmico pode optar por até três respostas

O resultado deste questionamento mostra a preocupação do acadêmico na busca do conhecimento pessoal e profissional, como também o tempo de integralização do curso, cinco semestres, relativamente curto em comparação a outros da mesma área.

4.3.1.3 Com Relação ao Corpo Docente

13. Com relação à facilidade de comunicação dos professores

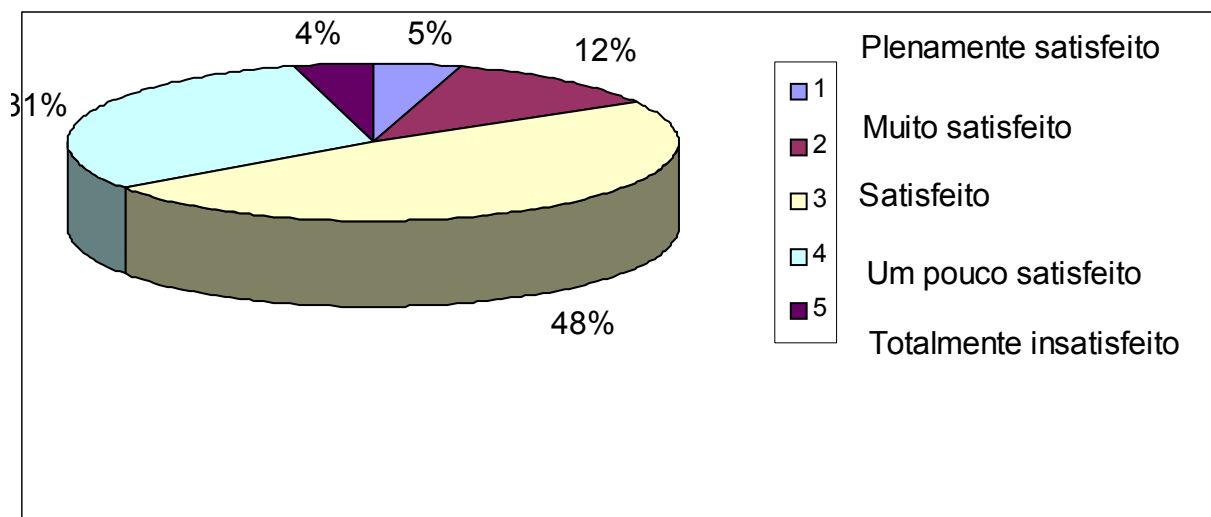


Gráfico 13 - Com relação à facilidade de comunicação dos professores

Fonte: Dados Primários

Obteve-se, com esta pergunta, um resultado positivo, tem-se 65% dos acadêmicos satisfeitos a plenamente satisfeitos. Por outro lado, não se pode desconsiderar a percentagem de acadêmicos pouco satisfeitos e totalmente insatisfeitos, 35%. Um índice que deve ser analisado pela Instituição, para saber as causas desta insatisfação.

14. Com relação às aulas ministradas

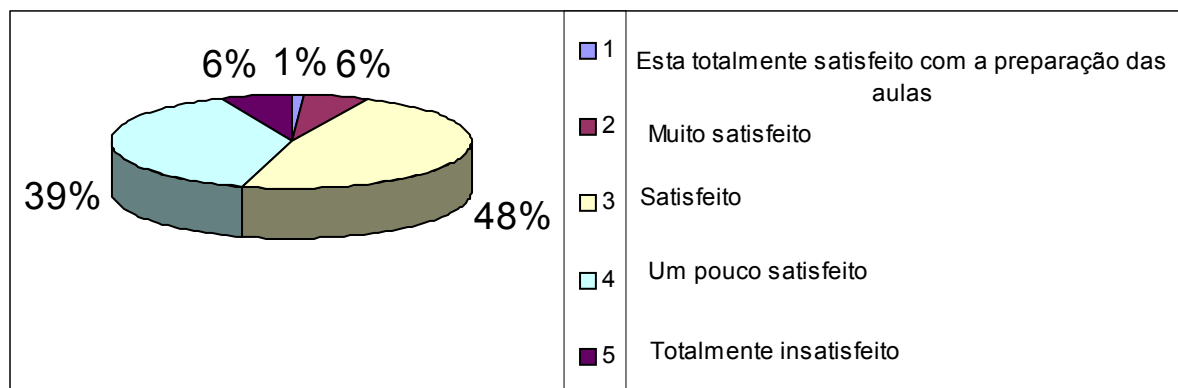


Gráfico 14 - Com relação às aulas ministradas
Fonte: Dados Primários

Nesta questão 48% dos estudantes estão satisfeitos, 6% muito satisfeitos e 1% totalmente satisfeitos, ou seja 55% dos acadêmicos estão satisfeitos com as aulas ministradas. Com tudo, mais uma vez, chama a atenção, os alunos pouco satisfeitos e totalmente insatisfeitos, totalizando 45%. Índice alto, que deve ser analisado, investigando os motivos desta insatisfação perante a classe acadêmica.

15. Horário de início e término das aulas

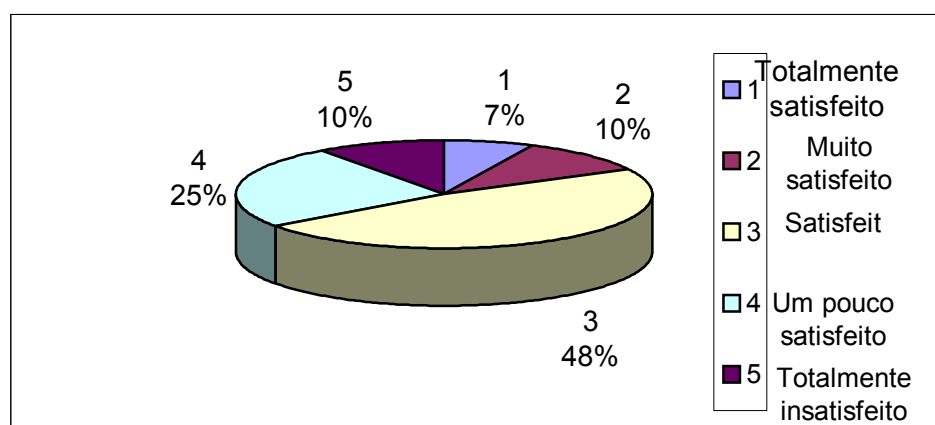


Gráfico 15 - Horário de início e término das aulas
Fonte: Dados Primários

Percebeu-se neste item que 48% dos acadêmicos estão satisfeitos, 10% muito satisfeitos e 7% totalmente satisfeitos. Deste modo, pode-se afirmar que a instituição está adequada ao horário. Contudo, 25% dos acadêmicos estão pouco satisfeitos e 10% totalmente insatisfeitos, totalizando um índice de insatisfação de 35%, alto que merece uma análise para diminuir este percentual.

16. Com relação ao cumprimento do programa dado em sala

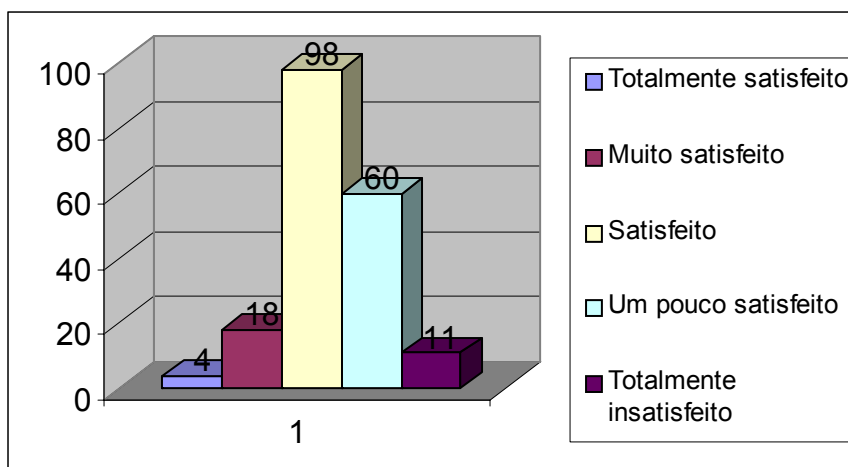


Gráfico 16 - Com relação ao cumprimento do programa dado em sala
Fonte: Dados Primários

Nesta questão 51,31% estão satisfeitos, 9,42% muito satisfeitos e 2,1% totalmente satisfeitos. Porém, 31,41% dos acadêmicos estão pouco satisfeitos e 5,76% totalmente insatisfeitos. Este índice de insatisfação é relevante e precisa ser interpretado, investigando as causas junto a classe acadêmica, extraindo dos alunos os motivos que geraram esta insatisfação.

17. Quanto a clareza e objetividade do conteúdo

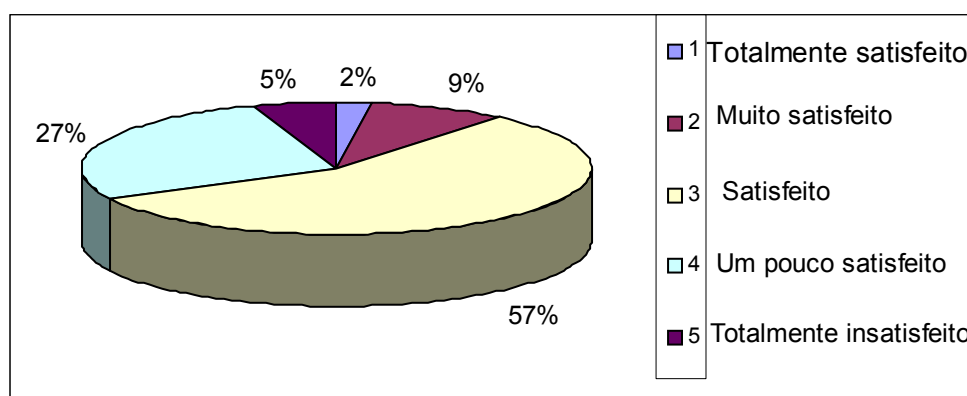


Gráfico 17 - Quanto a clareza e objetividade do conteúdo
Fonte: Dados Primários

Pode-se dizer que a maioria dos acadêmicos estão de acordo com a clareza e objetividade do conteúdo dado em sala. O professor precisa apresentar bem o conteúdo, com firmeza, segurança e domínio. Por outro lado, a instituição deve fornecer recursos para que os docentes possam realizar boas aulas, como também, disponibilizar cursos de capacitação técnica e pedagógica aos educadores.

18. Com relação ao conhecimento do conteúdo

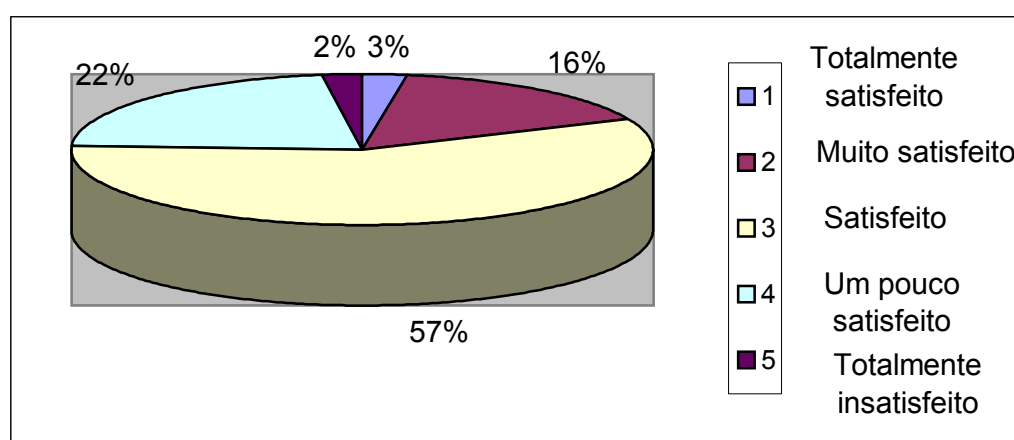


Gráfico 18 - Com relação ao conhecimento do conteúdo
Fonte: Dados Primários

Neste item pode-se observar a satisfação dos acadêmicos com relação ao conhecimento dos professores, pois 76% estão pelo menos satisfeitos. Este fato torna-se relevante levando em consideração que os alunos hoje exigem cada vez mais, pois sabem que o mercado de trabalho não dá espaço para incompetência.

19. Com relação a técnicas didáticas e recursos (aulas práticas, trabalhos, laboratórios)

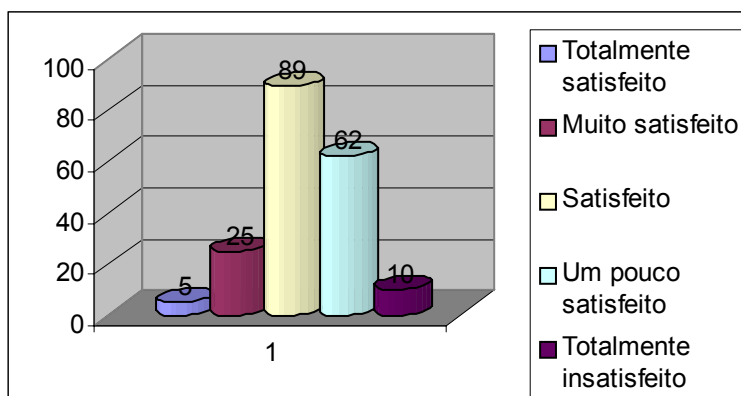


Gráfico 19 - Com relação a técnicas didáticas e recursos (aulas práticas, trabalhos, laboratórios).

Fonte: Dados Primários

As necessidades de melhoria contínua em tecnologia e conhecimento para uma empresa, são fundamentais para se manter líder e competitiva no mercado, não sendo diferente nas empresas prestadoras de serviço, no caso específico, as instituições de ensino. Os investimentos em salas climatizadas com recursos de multimídia, laboratórios atualizados tecnologicamente, são ferramentas necessárias que o cliente (aluno) já está familiarizado. Para um futuro próximo estes recursos tecnológicos serão vistos como acessórios essenciais incorporados a sala de aula, assim como as carteiras escolares.

Por outro lado, não se pode negligenciar os 37,69% de acadêmicos insatisfeitos, deve-se levantar as causas e tomar medidas corretivas objetivando a

conquista da satisfação ou se possível, a superação das expectativas do cliente (aluno).

20. Estímulo a participação e interesse pela matéria

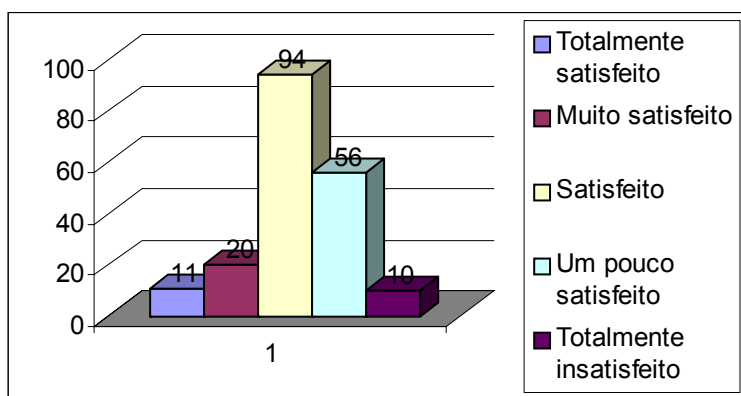


Gráfico 20 - Estímulo a participação e interesse pela matéria
Fonte: Dados Primários

Neste item, 65% dos acadêmicos estão pelo menos satisfeitos e estes sentem estimulados a assistir e participar da matéria,. O professor deve buscar formas e técnicas para atrair a atenção e o estímulo do aluno.

21. Incentivo à leitura e expressão das idéias

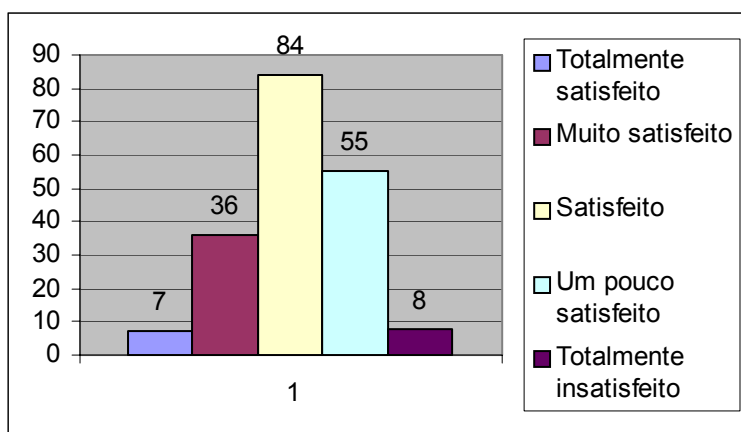


Gráfico 21 - Incentivo à leitura e expressão das idéias
Fonte: Dados Primários

Neste item, 66,49% dos acadêmicos estão pelo menos satisfeitos, sinalizando que os docentes incentivam à prática da leitura, como também a pronunciarem suas idéias. A percentagem de 4,19% de totalmente insatisfeitos é irrelevante, pois muitos sofrem o problema da timidez e não conseguem se expressar em público, temendo o erro.

22. Com relação ao esclarecimento das dúvidas dos alunos

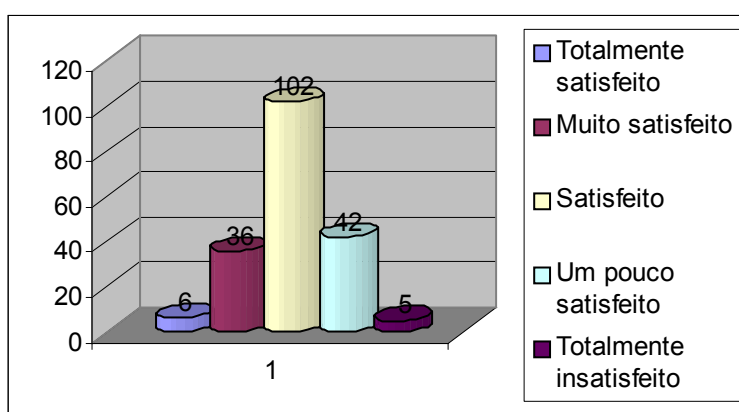


Gráfico 22 - Com relação ao esclarecimento das dúvidas dos alunos
Fonte: Dados Primários

Neste item, 75,39% dos estudantes estão pelo menos satisfeitos em relação ao esclarecimento das dúvidas em relação ao conteúdo ministrado.

É de suma importância que o professor tenha uma boa dinâmica para ensinar, promovendo o interesse do aluno e permitindo com que o acadêmico reaja as informações repassadas, através de uma comunicação clara entre as partes.

23. Com relação ao nível de exigência para com os alunos

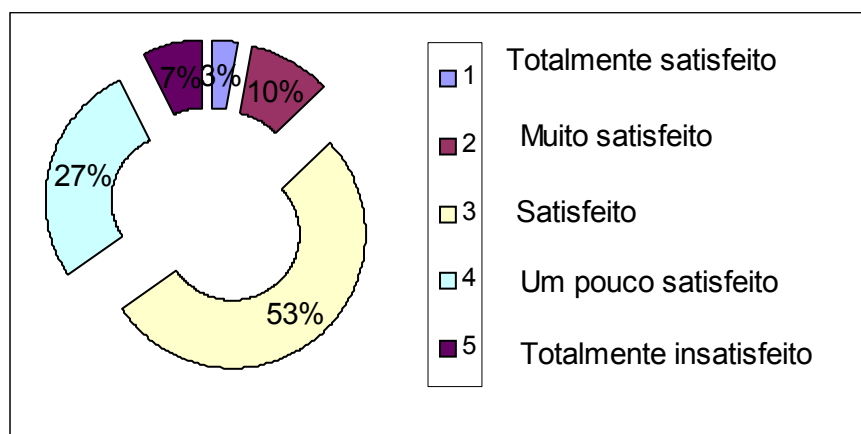


Gráfico 23 - Com relação ao nível de exigência para com os alunos
Fonte: Dados Primários

Nesta questão 69% dos alunos estão pelo menos satisfeitos com o nível de exigência do professor. A cobrança é dada pelo professor e sentida pelo acadêmico, cabe ao mestre aplicar a dose exata do ensinamento, tendo em mente que a cobrança aprimora e refina a capacidade de estudo do aluno.

24. Com relação a novas metodologias de ensino (Uso de computadores, ensino teórico na prática, etc.)

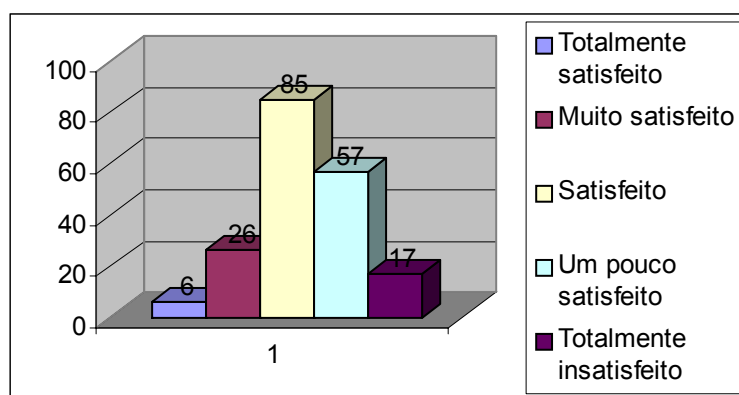


Gráfico 24 - Com relação a novas metodologias de ensino (Uso de computadores, ensino teórico na prática, etc.)
Fonte: Dados Primários

Nesta questão, pode-se afirmar que 61,25% dos alunos estão pelo menos satisfeitos com relação a novas metodologias de ensino. Os alunos não suportam mais métodos didáticos convencionais, a inovação tecnológica esta presente em todas as atividades profissionais. As instituições de ensino precisam estar equipadas tecnologicamente, dando suporte para que os professores desenvolvam e apliquem novas metodologias de ensino.

25. O relacionamento dos professores com os alunos

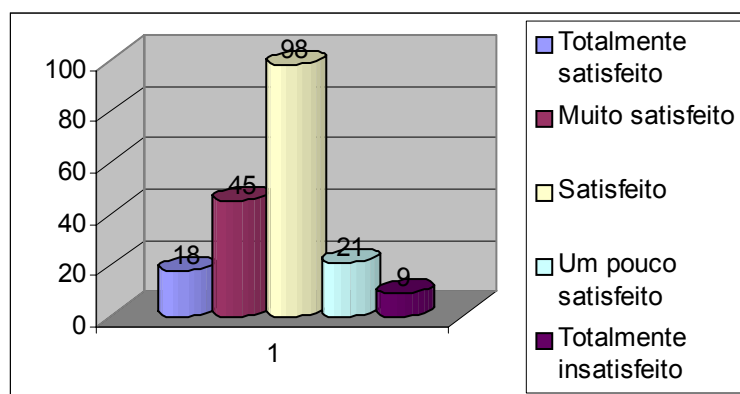


Gráfico 25 - O relacionamento dos professores com os alunos
Fonte: Dados Primários

O índice de 82,72% de alunos, pelo menos satisfeitos, mostra que é relativamente boa a relação aluno-professor.

4.3.1.4 Quanto à qualidade e quantidade

26. Diga como está a sua satisfação em relação aos seguintes itens- Material de leitura:

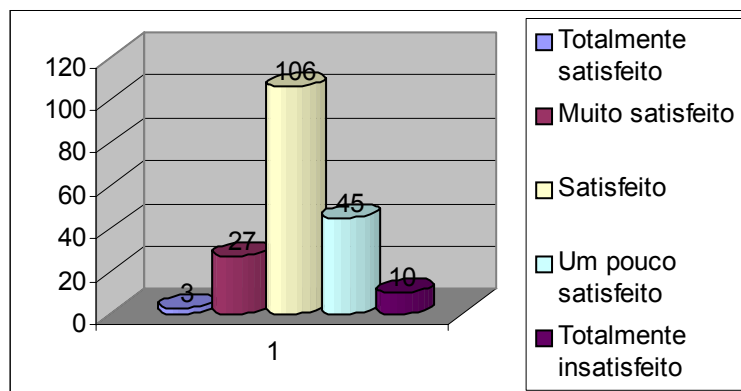


Gráfico 26 - Diga como está a sua satisfação em relação ao material de leitura
Fonte: Dados Primários

Obteve-se nesta questão a satisfação da maioria dos acadêmicos, pois 71,2% estão pelo menos satisfeitos com a qualidade e a quantidade do material de leitura. O interesse pela leitura deve ser estimulado, como também dar condições de acesso ao material, com uma boa biblioteca acadêmica.

27. Recursos didáticos

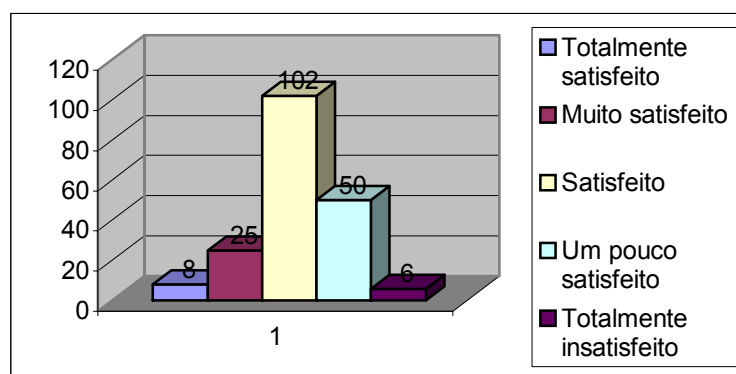


Gráfico 27 - Recursos didáticos
Fonte: Dados Primários

Com 70,6% dos acadêmicos pelo menos satisfeitos, indica que a Instituição está adequada com relação aos recursos didáticos. O professor deve utilizar todos os recursos didáticos disponíveis para tornar a aula mais interessante possível e a instituição deverá dar condições para que isto ocorra, investindo periodicamente em novas tecnologias.

28. Conteúdo da matéria

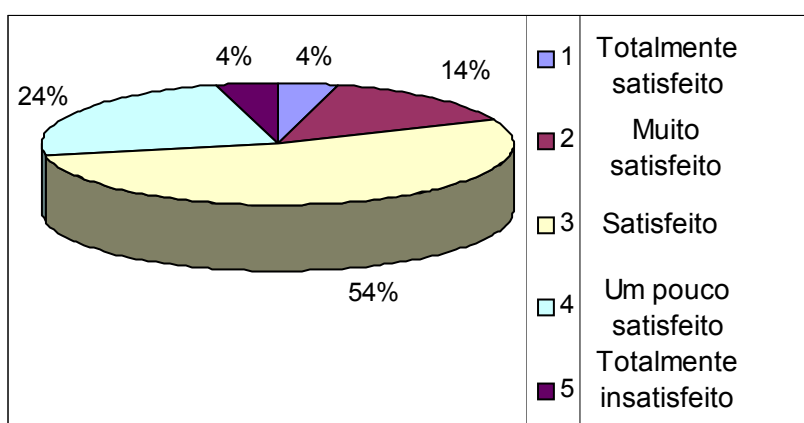


Gráfico 28 - Conteúdo da matéria
Fonte: Dados Primários

Neste item constatou-se que 72% dos acadêmicos estão pelo menos satisfeitos com o conteúdo da matéria. Porém, 24% estão pouco satisfeitos e 4% totalmente insatisfeitos, um índice expressivo, que precisa ser monitorado e se possível pesquisar as causas desta insatisfação.

29. Metodologia de ensino (forma de inserção da disciplina)

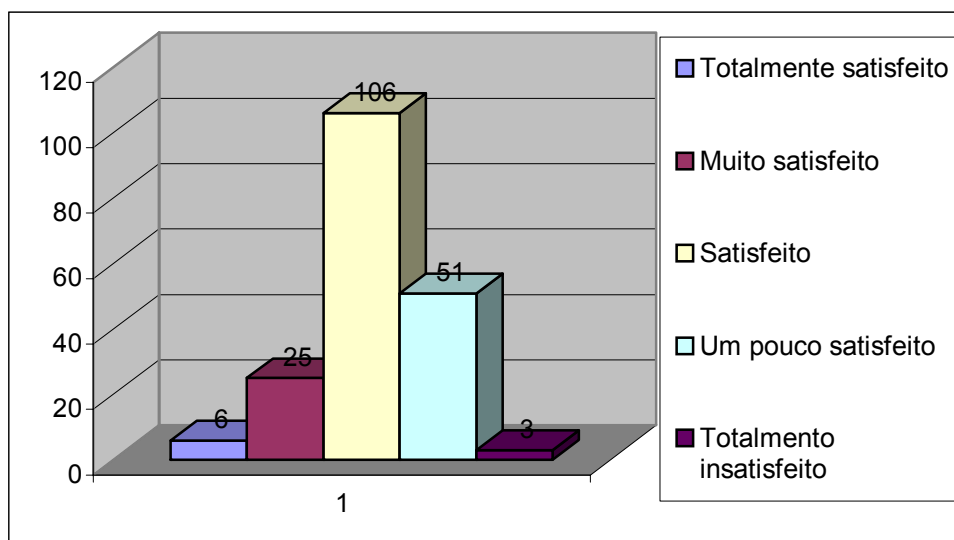


Gráfico 29 - Metodologia de ensino (forma de inserção da disciplina)
Fonte: Dados Primários

Com 71,72% de acadêmicos pelo menos satisfeitos, pode-se dizer que os professores estão passando adequadamente o conteúdo exposto, mas 28,27% não estão satisfeitos, tornando-se necessário um controle periódico para que este valor não aumente e de preferência possa diminuir.

30. Quantidade de informações repassadas:

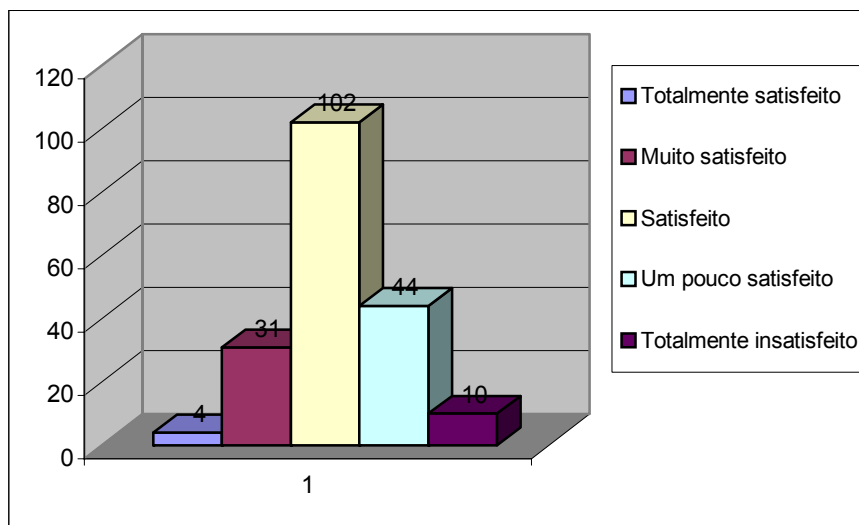


Gráfico 30 - Quantidade de informações repassadas
Fonte: Dados Primários

Cerca de 71,72% dos acadêmicos estão pelo menos satisfeitos com a quantidade de informações repassadas. Um resultado positivo para imagem da Instituição, porem não poderá ser negligenciado e sim monitorado para não aumentar o índice de insatisfeitos que é da ordem de 28,28%.

31. Cumprimento da carga Horária

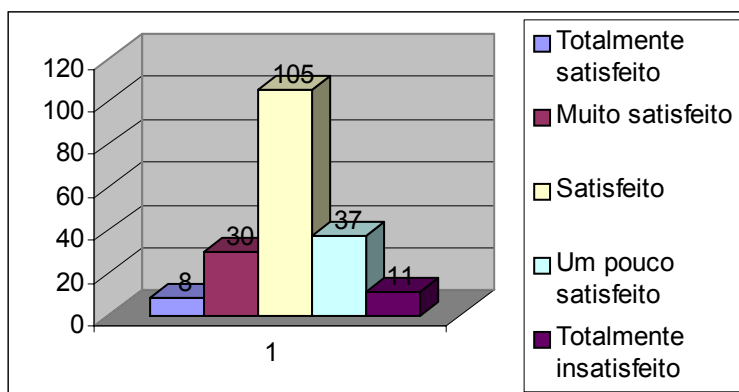


Gráfico 31 - Cumprimento da carga Horária
Fonte: Dados Primários

Com 74,86% dos acadêmicos pelo menos satisfeitos, pode-se dizer que os professores cumprem a carga horária. O resultado é curioso, pois a grande maioria dos estudantes trabalham durante o dia e são tomados pelo cansaço, muitas vezes o professor torna-se paternalista e encerra a aula antes do determinado pela Instituição.

4.3.1.5 Quanto a estrutura física

32.Com relação aos seguintes aspectos diga como esta a sua satisfação:
limpeza dos sanitários

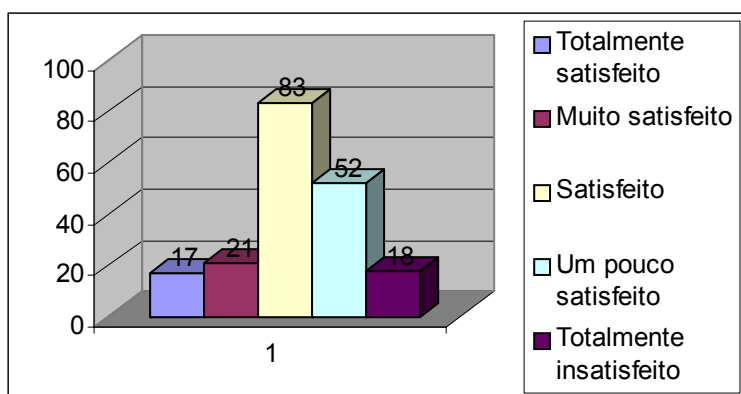


Gráfico 32 - Com relação aos seguintes aspectos diga como esta a sua satisfação: limpeza dos sanitários

Fonte: Dados Primários

Pode-se dizer que os 63,35% dos acadêmicos estão satisfeitos com a limpeza dos sanitários. Diariamente circulam pela Instituição quase três mil pessoas, tornando o serviço de limpeza crítico, exigindo muito controle e organização, mas que precisa ser reavaliado, pois 36,64% dos acadêmicos estão pouco satisfeitos com o serviço de limpeza dos sanitários.

33. Limpeza dos corredores

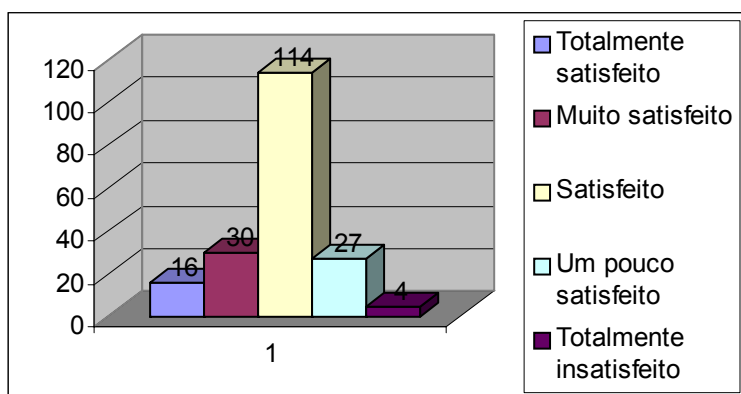


Gráfico 33 - Limpeza dos corredores
Fonte: Dados Primários

Cerca de 83,76% dos acadêmicos estão pelo menos satisfeitos com a limpeza dos corredores, um fato muito positivo para a Instituição dado o tamanho da área a ser limpa todos dias.

34. Limpeza da sala de aula

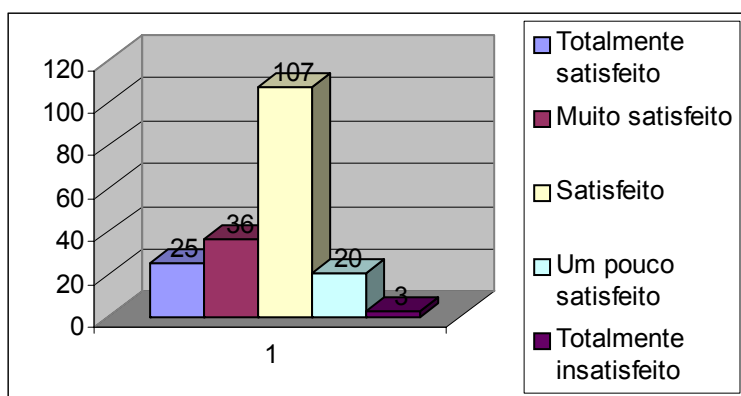


Gráfico 34 - Limpeza da sala de aula
Fonte: Dados Primários

Aproximadamente 88% dos acadêmicos estão satisfeitos com a limpeza das salas de aula. Pode-se dizer que o serviço de limpeza na Instituição está a contento. A grande tarefa é continuar mantendo, pois a medida em que o cliente fica satisfeito

com o serviço realizado, a tendência é que aumente a sua exigência, pois daí não basta apenas satisfazê-lo, mas sim superar as suas expectativas.

35. Espaço entre carteiras

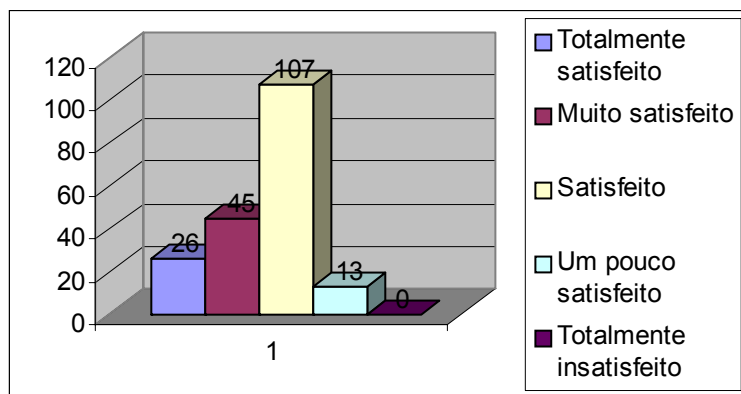


Gráfico 35 - Espaço entre carteiras
Fonte: Dados Primários

Nesta questão pode-se perceber que aproximadamente 93% dos acadêmicos estão satisfeitos com o espaço entre carteiras. É perfeitamente entendido, pois as salas são amplas, podendo posicionar as carteiras com uma relativa folga entre elas.

36. Conforto em relação aos móveis e utensílios

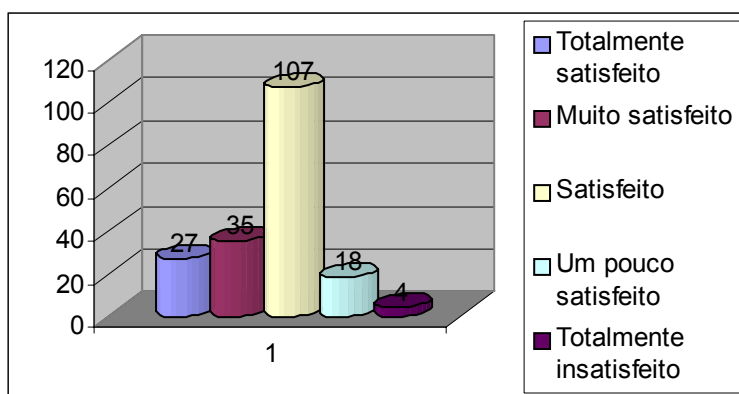


Gráfico 36 - Conforto em relação aos móveis e utensílios
Fonte: Dados Primários

Com relação ao conforto dos móveis e utensílios pode-se dizer que aproximadamente 88,5% dos acadêmicos estão pelo menos satisfeitos, mesmo porque, começaram a ser usados a pouco tempo, as instalações são novas e as mais antigas muito bem conservadas.

37. Espaço da sala de aula

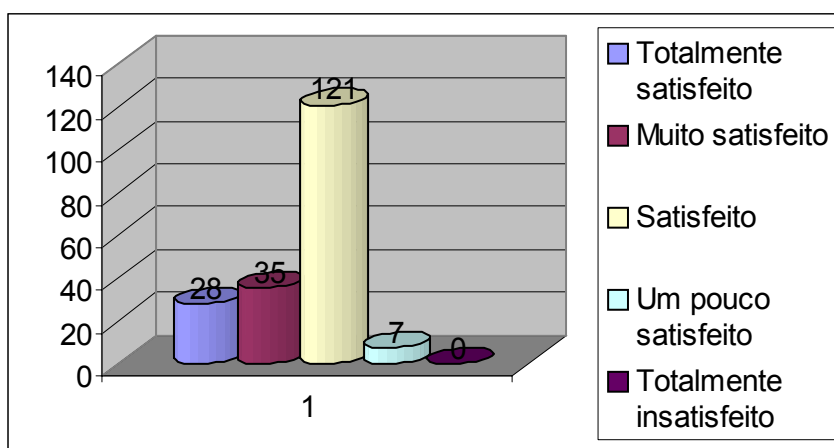


Gráfico 37 - Espaço da sala de aula
Fonte: Dados Primários

Não poderia ser diferente o resultado desta questão, endossando a questão 35, aproximadamente 92% dos acadêmicos estão pelo menos satisfeitos com o espaço da sala de aula.

38. Iluminação da sala de aula

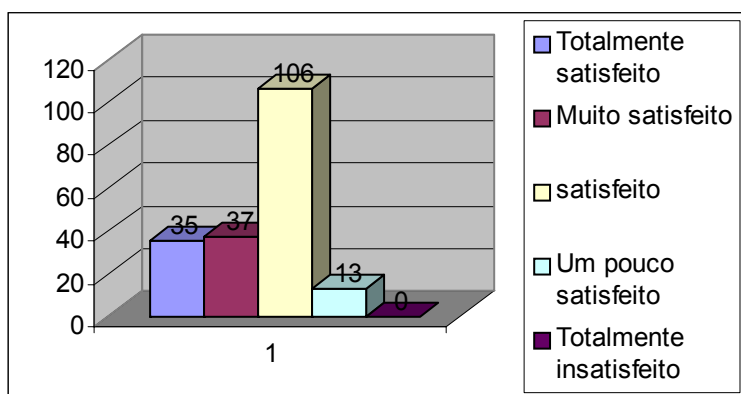


Gráfico 38 - Iluminação da sala de aula
Fonte: Dados Primários

Pode-se perceber que aproximadamente 88% dos acadêmicos estão satisfeitos com a iluminação da sala de aula. É de suma importância uma boa iluminação, pois traz conforto ao aluno já desgastado do dia de trabalho.

39. Acesso ao estacionamento e à sala de aula

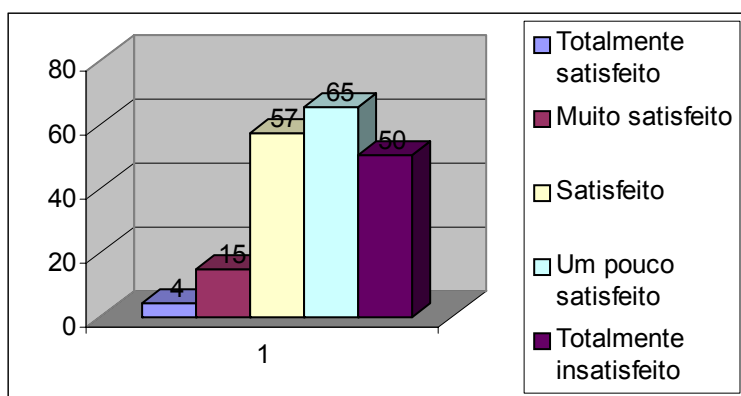


Gráfico 39 - Acesso ao estacionamento e à sala de aula
Fonte: Dados Primários

Neste item aproximadamente 34% dos acadêmicos estão pouco satisfeitos, 26% totalmente insatisfeitos, gerando um índice de insatisfação de 60%. O elevado número de veículos que trafegam pelos estacionamentos da Instituição, comentado

na questão nº 4, impossibilita que todos possam ter uma vaga para estacionar o seu automóvel, causando transtorno e a perda de tempo. Esta questão é relevante, podendo ser considerada como um fator crítico, que deverá ser monitorada e controlada com medidas simples para melhorar a satisfação do cliente(aluno).

4.3.1.6 Quanto à infra estrutura

40.Diga como está sua satisfação com relação à: Biblioteca (títulos, atendimento)

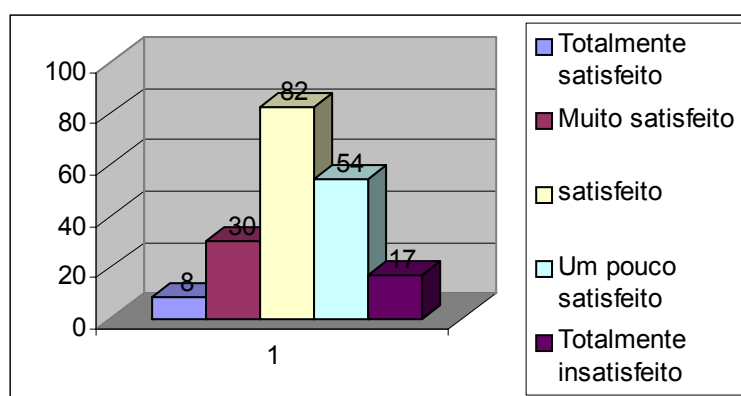


Gráfico 40 - Diga como está sua satisfação com relação à: Biblioteca (títulos, atendimento)
Fonte: Dados Primários

Neste item aproximadamente 63% dos acadêmicos estão pelo menos satisfeitos, mas não se deve ignorar o contingente de pouco satisfeitos, pois a biblioteca é um valioso suporte para a complementação dos estudos através da pesquisa. Para que isto ocorra é necessário possuir um acervo atualizado, informatizado facilitando a consulta. Para complementar, estes fatores devem estar incorporados a um ambiente agradável, possibilitando assim o conforto ao aluno.

41. Laboratórios

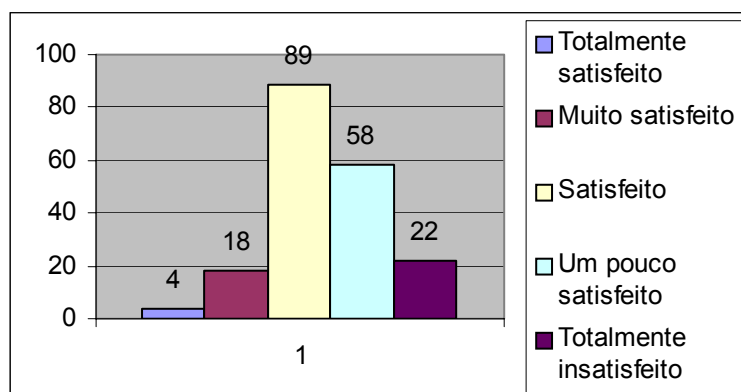


Gráfico 41 - Laboratórios
Fonte: Dados Primários

Nesta questão 58,11% dos acadêmicos estão pelo menos satisfeitos com os laboratórios, mas não se deve ignorar os 41,89% de insatisfeitos, percentual alto, que também merece uma avaliação para levantar as causas desta insatisfação perante os acadêmicos.

42. Fotocópias (preço, atendimento e qualidade)

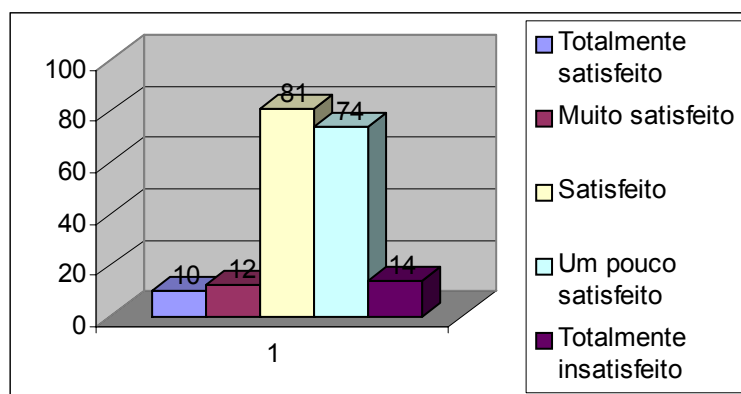


Gráfico 42 - Fotocópias (preço, atendimento e qualidade)
Fonte: Dados Primários

O resultado desta questão mostra a deficiência no setor de fotocópias, pois aproximadamente 46% dos entrevistados estão pouco satisfeitos com o serviço.

Vale ressaltar que o setor de fotocópias é terceirizado, fato que não exime a responsabilidade da instituição pelo pela qualidade do serviço prestado.

Outros fatores a serem considerados são o tamanho da Instituição e elevado numero de alunos que estudam diariamente, fatores críticos para a questão, haja visto que só existem dois pontos de serviço de fotocópias em todo o campus.

43. Secretaria (atendimento)

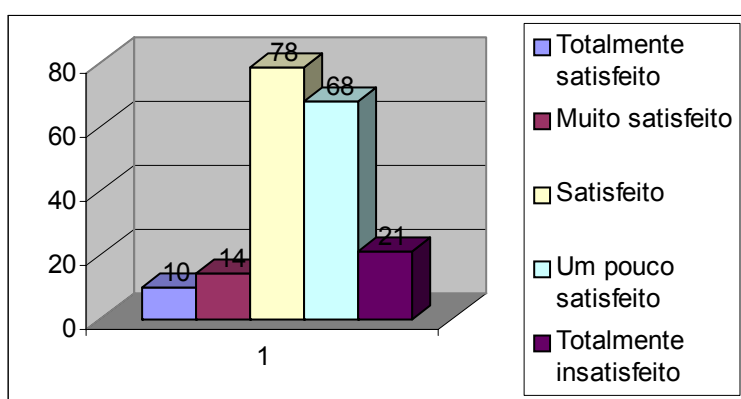


Gráfico 43 - Secretaria (atendimento)
Fonte: Dados Primários

Com 51,83% dos acadêmicos pelo menos satisfeitos e 48,17% de insatisfeitos dá para se perceber que a secretaria precisa melhorar ou reavaliar a forma do seu atendimento. Apesar de informatizada com serviços via Internet, o setor deverá achar recursos que melhorem a eficiência no atendimento ao cliente.

44. Diretoria e Coordenação

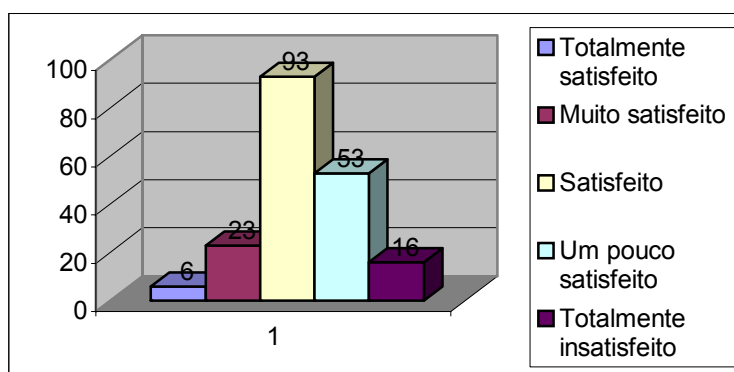


Gráfico 44 - Diretoria e Coordenação
Fonte: Dados Primários

Nesta questão aproximadamente 64% dos acadêmicos estão pelo menos satisfeitos com a atenção dada pela coordenação aos alunos. Um fator importante é que todos os coordenadores e diretores possuem dedicação exclusiva facilitando o encontro com os acadêmicos.

45. Cantina (Preço, Atendimento, Qualidade)

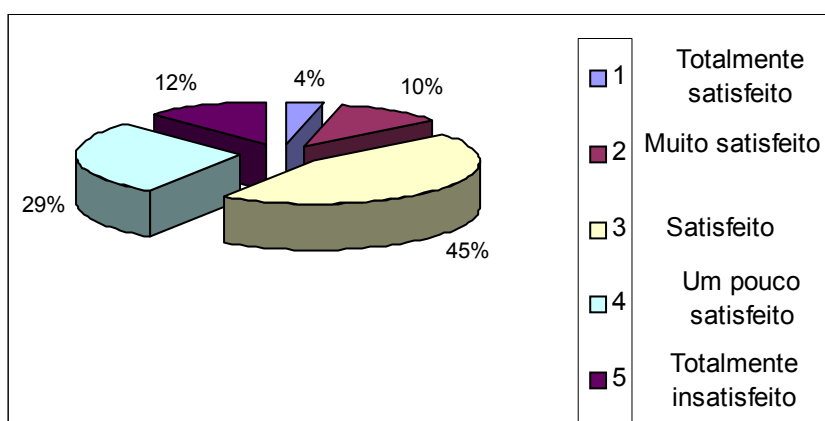


Gráfico 45 - Cantina (Preço, Atendimento, Qualidade)
Fonte: Dados Primários

A ampliação física, recentemente inaugurada, possui uma ilha com três amplas cantinas que refletem a satisfação dos 59% dos acadêmicos.

É necessário salientar que aproximadamente 2500 alunos freqüentam diariamente o campus, tornando crítico o atendimento principalmente no intervalo entre aulas. Fato que deve ser analisado e monitorado para diminuir o índice de acadêmicos insatisfeitos.

4.3.1.7 Satisfação e perspectivas para o futuro

46. Na sua opinião, o que você está aprendendo neste curso é aplicável na sua rotina de trabalho?

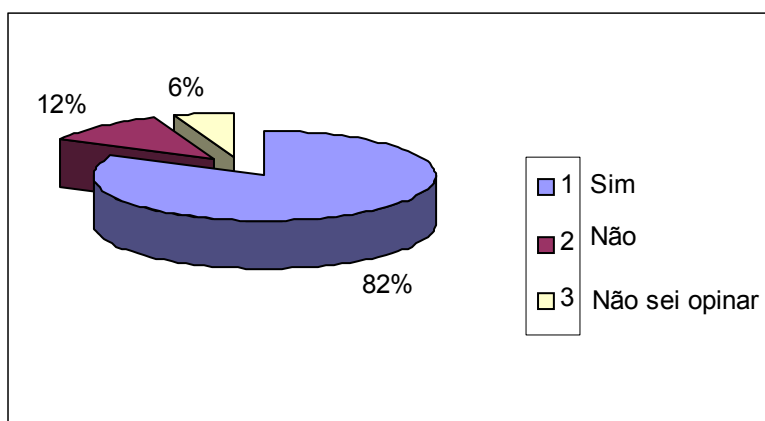


Gráfico 46 - Na sua opinião, o que você está aprendendo neste curso é aplicável na sua rotina de trabalho.

Fonte: Dados Primários

De acordo com a pesquisa o conteúdo aplicado em sala está satisfazendo a grande maioria dos acadêmicos. Fato extremamente positivo, pois quase todos trabalham no setor privado, sinalizando que a Instituição está conseguindo atender os objetivos dispostos no Projeto Político Pedagógico do curso.

47. Na sua opinião, que eventos agregariam mais conhecimentos ao seu curso?

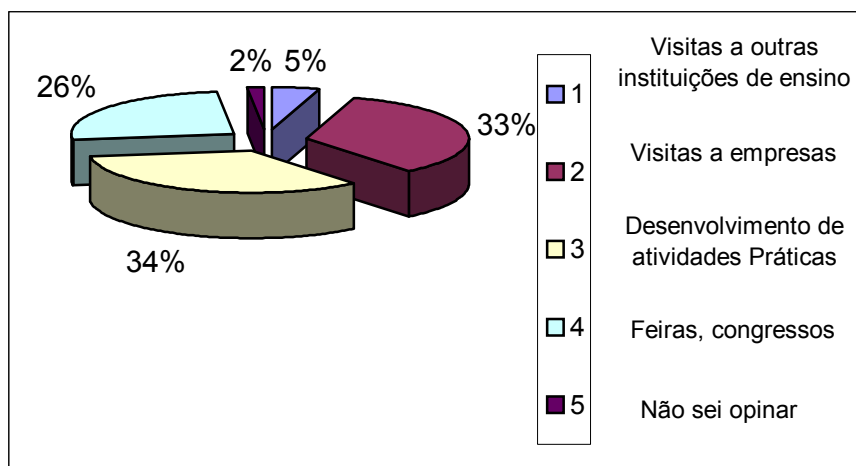


Gráfico 47 - Na sua opinião, que eventos agregariam mais conhecimentos ao seu curso.

Fonte: Dados Primários

Obs. Nesta questão pode optar por até duas opções.

O desenvolvimento de atividades práticas e a visita a empresas especializadas são os desejos da maioria dos acadêmicos. A comprovação ou a visualização do conhecimento na prática fundamenta e enriquece o aprendizado do aluno.

48. Como você classifica o preço das mensalidades do seu curso?

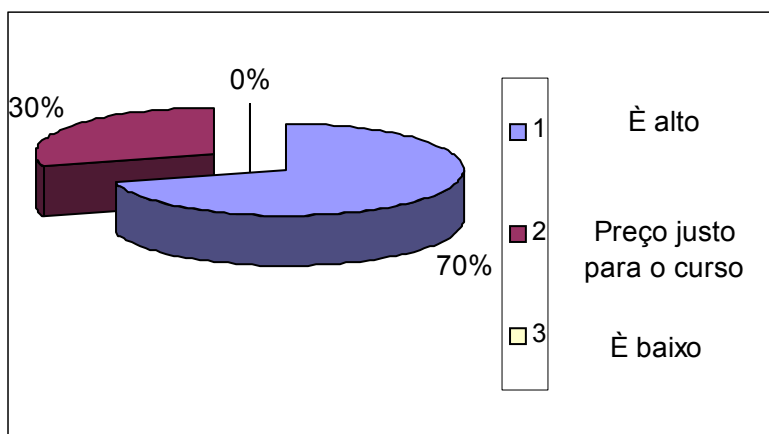


Gráfico 48 - Como você classifica o preço das mensalidades do seu curso.

Fonte: Dados Primários

Com relação ao preço das mensalidades, 70% dos acadêmicos consideram alto. A maioria dos entrevistados possuem uma renda de até quatro salários mínimos e muitos possuem família para sustentar. Esta questão deveria ser melhor analisada, objetivando criar alternativas de redução do preço das mensalidades.

49. Após a conclusão, você tem interesse em fazer um curso de pós-graduação?

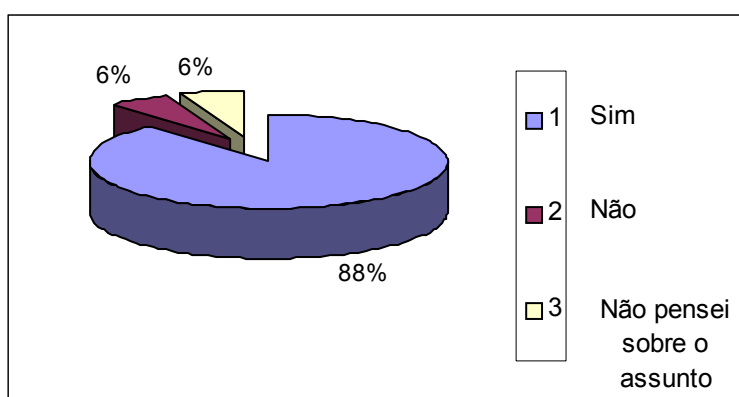


Gráfico 49 - Após a conclusão, você tem interesse em fazer um curso de pós-graduação.
Fonte: Dados Primários

A grande maioria dos acadêmicos entende e percebe a necessidade da busca continuada do conhecimento. O mercado de trabalho globalizado que vivemos exige um profissional “*high tech*”, aquele que busca novas tecnologias e aprimora o seu conhecimento.

50. Após a conclusão, você tem interesse em fazer um curso de mestrado?

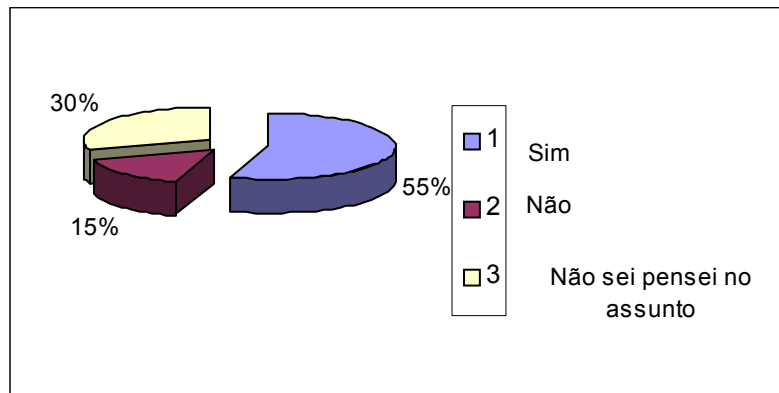


Gráfico 50 - Após a conclusão, você tem interesse em fazer um curso de mestrado.
Fonte: Dados Primários

Esta questão é o complemento da anterior, sabe-se que a grande maioria deseja fazer um curso de pós-graduação, mas nem todos estão certos de que o mestrado será o melhor modelo para complementar a sua necessidade.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Desde o seu início em 1959, então Escola Técnica Tupy, inspirada em modelos de empresas européias que tinham seus próprios centros de treinamento, até aos dias atuais com a formação da Sociedade Educacional de Santa Catarina (SOCIESC), mais especificamente o Instituto Superior Tupy, onde esta disponibilizado o Curso Superior de Tecnologia em Empreendedorismo, na qual foi o foco do estudo, a Instituição conseguiu moldar um trabalho serio e responsável, como também, a forte vocação para a educação do cidadão e a capacidade de prestar serviços com qualidade.

A expressão qualidade sempre se fez presente na história desta Instituição representado pelos seus quarenta e cinco anos de serviços voltados as necessidades da comunidade, consolidando, portanto, uma marca respeitada.

Ao longo destas quatro décadas de existência grandes transformações ocorreram em todo o mundo, principalmente no cenário econômico, político e social, tendo como consequência a necessidade da revisão de modelos de gestão com a quebra de antigos paradigmas dentro das organizações.

O fenômeno da globalização trouxe uma nova realidade universal, fazendo com que as instituições reformulassem as suas formas de atuação no mercado. A concorrência global se instalando em todo o planeta. No Brasil, instituições de ensino americanas e européias ofertam nos grandes centros cursos de pós-graduação. Desta forma, faz-se a necessidade de reavaliar conceitos que ocuparam décadas, por novas métricas de ensino, visando a satisfação e a superação das expectativas do cliente (aluno), prestando serviços com qualidade.

A pesquisa de campo realizada com os alunos do Curso Superior de Tecnologia em Empreendedorismo, mostrou que, de uma maneira geral os acadêmicos estão satisfeitos com os serviços prestados pela instituição.

Contudo, pôde-se extrair algumas informações interessantes como, 50% dos acadêmicos entrevistados já possuem um curso de graduação e quase todos, 88%, desejam fazer um curso de pós graduação. A questão é, porque estes alunos não foram diretamente canalizados para um curso de pós graduação ou até mesmo para um mestrado? A reflexão desta questão cabe a Instituição.

Vale ressaltar também, pontos críticos apurados na pesquisa de campo que geraram índices moderados de insatisfação, dentre eles, a facilidade de comunicação dos professores, satisfação das aulas ministradas, horário de início e término das aulas, cumprimento do programa, limpeza de sanitários, estacionamento, laboratórios e preço das mensalidades, todos merecendo um cuidado especial por parte da Instituição.

É importante alertar à necessidade do monitoramento constante dos fatores críticos de sucesso, possibilitando com isso a reavaliação e o controle de itens que chamam a atenção do cliente (aluno), como preço, funcionários, inclui-se aí os docentes e aos fatores visíveis ao julgarem a qualidade.

Pelo fato de os serviços geralmente apresentarem um alto nível de qualidade experimentáveis e credenciáveis, sua aquisição apresenta um maior índice de risco. Esse fato tem diversas conseqüências. Em primeiro lugar, os consumidores de serviços confiam mais nas informações do boca-a-boca do que em propaganda. Em segundo lugar, eles dão grande importância ao preço, aos funcionários e aos fatores visíveis ao julgarem a qualidade. Em terceiro lugar, eles são altamente fiéis a prestadores de serviços que os satisfazem. Assim, as empresas prestadoras de serviços têm de enfrentar três tarefas: aumentar a diferenciação, a qualidade dos serviços e a produtividade (KOTLER, 2000, p. 457).

Os resultados positivos da pesquisa de campo aplicada aos acadêmicos do Curso Superior de Tecnologia em Empreendedorismo, são frutos das sementes

plantadas no ano de 2000, através de uma nova prática incorporada na metodologia de administração da Instituição, tendo como eixo orientador, o Planejamento Estratégico 2001-2005. Este trabalho possibilitou estabelecer clareza em todos os níveis hierárquicos quanto ao rumo que a entidade estava tomando.

O planejamento estratégico pode ser definido como o desenvolvimento de processos, técnicas e atitudes administrativas, as quais proporcionam uma situação viável de avaliar as implicações futuras de decisões presentes em função dos objetivos empresariais que facilitarão a tomada de decisão no futuro, de modo mais rápido, coerente, eficiente e eficaz. (OLIVEIRA, 2002, p. 36).

De acordo com Sant'Ana (2003), por meio de ferramentas que dão suporte a um sistema de inteligência competitiva, a instituição monitora continuamente os pontos fortes, pontos fracos, principais oportunidades, as principais ameaças, principais clientes e concorrentes. *A Inteligência Competitiva tem como finalidade apoiar as decisões em nível estratégico e tático das organizações.*

Conforme Sant'Ana (2003), o monitoramento acerca do mercado, dos concorrentes, dos clientes, processos, tecnologias, fornecedores e do conhecimento humano deve ser aplicado de forma direta e constante, como instrumento de suporte ao processo de tomada de decisões. A inteligência competitiva, como um processo sistemático de agregação de valor, que converte dados em informação e, na seqüência, informação em conhecimento estratégico, para apoiar a tomada de decisão, se insere neste ambiente como uma forma de auxiliar na gestão da instituição.

De acordo com o planejamento estratégico instituído, estão delineados vários objetivos, onde podemos destacar a elevação da qualidade do ensino em todos os níveis, monitorando continuamente através de indicadores reconhecidos nacional e internacionalmente, a Certificação ISO 9001 e atender aos requisitos da ISO 14000 para todas atividades da rede SOCIESC.

Como visto, a instituição tem condições de melhorar sua performance na prestação de serviço no ensino. Para isso, basta continuar utilizando os seus recursos técnicos e humanos dentro do planejamento estratégico estabelecido, prevendo antecipadamente as tendências, as necessidades do cliente, e contribuindo assim para o desenvolvimento humano através da educação e tecnologia.

Este trabalho não teve o intuito de estabelecer soluções para os fatores críticos de sucesso. Porém mostra como o cliente (aluno) vislumbra a instituição. Para tanto, sugere-se uma continuação deste para estabelecer e apontar as soluções a Instituição, atendendo assim a satisfação do aluno.

REFERÊNCIAS

BARBETTA, P. Alberto. **Estatística aplicada às Ciências Sociais**. 5. ed. Florianópolis: Editora da USFC, 2003.

CRESPO, A. Arnot. **Estatística fácil**. São Paulo: Saraiva, 1995.

CUNHA, Cristiano J. de Almeida. **Iniciando seu Próprio Negócio**. Florianópolis: IEA, 1997.

DEMING, W. Edwards. **A nova Economia para Indústria, o governo e a educação**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1997.

DORNELAS, J. C. Assis. **Empreendedorismo**: transformando Idéias em Negócios. 5. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

FERREIRA, C. (Coord.). **Pesquisa sobre mortalidade de empresas e seus fatores condicionantes**. Florianópolis: SEBRAE-SC, 1999.

HARDT, H. Dieter. **Implantação de um Sistema de Gestão da Qualidade em Processos Educacionais**. 2003. Dissertação (Mestrado em Educação e Cultura). Universidade do Estado de Santa Catarina, Florianópolis, 2003.

JURAN, J.M. **A Qualidade Desde o Projeto**. São Paulo: Pioneira, 1992.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**. São Paulo: Atlas, 2000.

LAPPONI, Juan C. **Estatística usando Excel**. São Paulo: Lapponi Treinamento e Editora, 2000.

LAMBRANHO, Lucio. **Por um país empreendedor**. Empreendedor, São Paulo, ano 6, n.80, p.54-57, jun. 2001.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Qualidade Total em Serviços**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

LAUREN, Fernando P; MARTINS, Petrônio G. **Administração da produção**. São Paulo : Saraiva, 1998.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho R. **Planejamento estratégico**: conceitos, metodologia e prática. 17. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

PALADINI, Edson Pacheco. **Qualidade Total na Prática**. São Paulo: Atlas, 1997.

PAVIANI, Jaime; POZENATO, JOSÉ C. **A Universidade em Debate**. Caxias do Sul: Ed. Universitária, 1984.

PROJETO POLÍTICO **Pedagógico do Curso Superior de Tecnologia em Empreendedorismo**. Joinville: Instituto Superior Tupy, 2001.

SCHIMIDT, Raul. Schmidt relembra origens. **Informativo Sociesc**, Joinville, ano 21, n. 59, p. 8, mar./abr. 2004.

SCIECIKOVSKI, Sylvio. Contribuição para o desenvolvimento de Joinville. **Informativo Sociesc**, Joinville, ano 21, n. 59, p. 8, mar./abr.

SANT'ANA, Luiz E. O Benchmarking como Suporte ao Sistema de Inteligência Competitiva em Pequenas Empresas. CONGRESSO NACIONAL DE EMPREENDEDORISMO, 1., 2003, Florianópolis. **Anais...** Florianópolis: I CONEMPRES, 2003.

REIS, Almir Granemann. **Avaliação da Satisfação dos Discentes do Curso de Administração de Empresas da Universidade do Contestado Caçador**. 2000. Dissertação (Mestrado em Engenharia) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2000.

SILVA, Adriano. O Paradoxo do Emprego. **Exame**, São Paulo, n. 711, p. 172-173, abr., 2000.

TERMES, Apolinário. **O desafio por um ideal**. Joinville: Círculo do livro, 1989.

ANEXOS

Anexo A – Questionário

AVALIAÇÃO ACADÊMICA EM RELAÇÃO AO CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM EMPREENDEDORISMO

Prezado(a) Acadêmico(a):

Este questionário tem como objetivo levantar as variáveis que poderá alterar o formato acadêmico, medindo a sua satisfação em relação ao curso, a qualidade na prestação de serviços, como sente o ambiente educacional da Instituição. Portanto, solicitamos vossa colaboração em responder o presente questionário com a maior sinceridade possível.

A. O PERFIL SÓCIO-ECONÔMICO 1. Sexo: <input type="radio"/> 1. Masculino <input type="radio"/> 2. Feminino 2. Idade: <input type="radio"/> 1. De 17 até 20 <input type="radio"/> 2. De 21 até 25 <input type="radio"/> 3. De 26 até 30 <input type="radio"/> 4. De 31 até 35 <input type="radio"/> 5. De 36 até 40 <input type="radio"/> 6. Acima de 40 anos 3. Estado civil: <input type="radio"/> 1. Solteiro(a) <input type="radio"/> 2. Casado(a) <input type="radio"/> 3. Separado(a) 4. Qual seu meio de locomoção? <input type="radio"/> 1. Carro <input type="radio"/> 2. Ônibus ou Van <input type="radio"/> 3. Carona <input type="radio"/> 4. A pé <input type="radio"/> 5. Bicicleta 5. Qual o ramo de atividade que você atua? <input type="radio"/> 1. Empresa de prestação de serviços <input type="radio"/> 2. Industrial <input type="radio"/> 3. Informal <input type="radio"/> 4. Estudante <input type="radio"/> 5. Do lar <input type="radio"/> 6. Desempregado(a) <input type="radio"/> 7. Comércio <input type="radio"/> 8. Público	6. Qual a função que você ocupa na sua atividade? <input type="radio"/> 1. Empresário <input type="radio"/> 2. Gerente ou cargo de chefia <input type="radio"/> 3. Empregado <input type="radio"/> 4. Autônomo <input type="radio"/> 5. Do Lar / Desempregado(a) 7. Grau de escolaridade <input type="radio"/> 1. Ensino médio <input type="radio"/> 2. Ensino méd. técnico feito nesta Instituição <input type="radio"/> 3. Ensino méd. técnico feito em outra Instituição <input type="radio"/> 4. Superior 8. Qual a sua renda mensal? <input type="radio"/> 1. De 1 à 4 salários mínimos <input type="radio"/> 2. De 4 à 8 salários mínimos <input type="radio"/> 3. De 8 à 12 salários mínimos <input type="radio"/> 4. Acima de 12 salários mínimos 9. Em que cidade em que reside? Resposta: _____ B. O ALUNO EM RELAÇÃO AO CURSO 10. Qual a fase que você está cursando? Resposta: _____
---	---

<p>11. Quais são as suas expectativas com relação ao curso de Empreendedorismo, quando concluído? (até três respostas)</p> <p>Í 1. Atuar na área como Empreendedor tornando-se empresário</p> <p>Í 2. Atuar na área como empregado</p> <p>Í 3. Atuar na área como professor</p> <p>Í 4. Obter um curso superior</p> <p>Í 5. Conseguir promoção na empresa onde trabalha</p> <p>Í 6. Melhorar o currículo profissional</p> <p>Í 7. Participar de concurso público</p> <p>Í 8. Adquirir mais conhecimento</p> <p>12. O que o levou a optar pelo curso de Empreendedorismo? (até três respostas)</p> <p>Í 1. Influência familiar</p> <p>Í 2. Influência de Amigos</p> <p>Í 3. Exigência da empresa onde trabalha</p> <p>Í 4. Falta de opção de outros cursos</p> <p>Í 5. Adquirir conhecimento pessoal e/ou profissional</p> <p>Í 6. Tempo de duração do curso</p>	<p>16. Com relação ao cumprimento do programa dado em sala:</p> <p>Í 1. Totalmente satisfeito</p> <p>Í 2. Muito satisfeito</p> <p>Í 3. Satisfeito</p> <p>Í 4. Um pouco satisfeito</p> <p>Í 5. Totalmente insatisfeito</p> <p>17. Quanto a clareza e objetividade do conteúdo:</p> <p>Í 1. Totalmente satisfeito</p> <p>Í 2. Muito satisfeito</p> <p>Í 3. Satisfeito</p> <p>Í 4. Um pouco satisfeito</p> <p>Í 5. Totalmente insatisfeito</p> <p>18. Com relação ao conhecimento do conteúdo:</p> <p>Í 1. Totalmente satisfeito</p> <p>Í 2. Muito satisfeito</p> <p>Í 3. Satisfeito</p> <p>Í 4. Um pouco satisfeito</p> <p>Í 5. Totalmente insatisfeito</p>
<p>C. COM RELAÇÃO AO CORPO DOCENTE</p> <p>13. Com relação à facilidade de comunicação dos professores:</p> <p>Í 1. Você está plenamente satisfeito</p> <p>Í 2. Muito satisfeito</p> <p>Í 3. Satisfeito</p> <p>Í 4. Um pouco satisfeito</p> <p>Í 5. Totalmente insatisfeito</p> <p>14. Com relação as aulas ministradas:</p> <p>Í 1. Você está totalmente satisfeito com a preparação das aulas</p> <p>Í 2. Muito Satisfeito</p> <p>Í 3. Satisfeito</p> <p>Í 4. Um pouco satisfeito</p> <p>Í 5 Totalmente insatisfeito</p> <p>15. Horário de início e término das aulas:</p> <p>Í 1. Totalmente satisfeito</p> <p>Í 2. Muito satisfeito</p> <p>Í 3. Satisfeito</p> <p>Í 4. Um pouco satisfeito</p> <p>Í 5. Totalmente insatisfeito</p>	<p>19. Com relação a técnicas didáticas e recursos (aulas práticas, trabalhos, laboratórios):</p> <p>Í 1. Totalmente satisfeito</p> <p>Í 2. Muito satisfeito</p> <p>Í 3. Satisfeito</p> <p>Í 4. Um pouco satisfeito</p> <p>Í 5. Totalmente insatisfeito</p> <p>20. Estímulo a participação e interesse pela matéria:</p> <p>Í 1. Totalmente satisfeito</p> <p>Í 2. Muito satisfeito</p> <p>Í 3. Satisfeito</p> <p>Í 4. Um pouco satisfeito</p> <p>Í 5. Totalmente insatisfeito</p> <p>21. Incentivo à leitura e expressão das idéias:</p> <p>Í 1. Totalmente satisfeito</p> <p>Í 2. Muito satisfeito</p> <p>Í 3. Satisfeito</p> <p>Í 4. Um pouco satisfeito</p> <p>Í 5. Totalmente insatisfeito</p>

<p>22. Com relação ao esclarecimento das dúvidas dos alunos:</p> <p>↑ 1. Totalmente satisfeito</p> <p>↑ 2. Muito satisfeito</p> <p>↑ 3. Satisfeito</p> <p>↑ 4. Um pouco satisfeito</p> <p>↑ 5. Totalmente insatisfeito</p> <p>23. Com relação ao nível de exigência para com os alunos:</p> <p>↑ 1. Totalmente satisfeito</p> <p>↑ 2. Muito satisfeito</p> <p>↑ 3. Satisfeito</p> <p>↑ 4. Um pouco satisfeito</p> <p>↑ 5. Totalmente insatisfeito</p> <p>24. Com relação a novas metodologias de ensino (Uso de computadores, ensino teórico na prática, etc.):</p> <p>↑ Totalmente satisfeito</p> <p>↑ Muito satisfeito</p> <p>↑ Satisfeito</p> <p>↑ Um pouco satisfeito</p> <p>↑ Totalmente insatisfeito</p> <p>25. O relacionamento dos professores com os alunos, você está:</p> <p>↑ 1. Totalmente satisfeito</p> <p>↑ 2. Muito satisfeito</p> <p>↑ 3. Satisfeito</p> <p>↑ 4. Um pouco satisfeito</p> <p>↑ 5. Totalmente insatisfeito</p> <p>D. QUANTO A QUALIDADE E QUANTIDADE</p> <p>26. Diga como está a sua satisfação em relação aos seguintes itens:- Material de leitura:</p> <p>↑ 1. Totalmente satisfeito</p> <p>↑ 2. Muito satisfeito</p> <p>↑ 3. Satisfeito</p> <p>↑ 4. Um pouco satisfeito</p> <p>↑ 5. Totalmente insatisfeito</p>	<p>27. Recursos didáticos:</p> <p>↑ 1. Totalmente satisfeito</p> <p>↑ 2. Muito satisfeito</p> <p>↑ 3. Satisfeito</p> <p>↑ 4. Um pouco satisfeito</p> <p>↑ 5. Totalmente insatisfeito</p> <p>28. Conteúdo da matéria:</p> <p>↑ 1. Totalmente satisfeito</p> <p>↑ 2. Muito satisfeito</p> <p>↑ 3. Satisfeito</p> <p>↑ 4. Um pouco satisfeito</p> <p>↑ 5. Totalmente insatisfeito</p> <p>29. Metodologia de ensino (forma de inserção da disciplina):</p> <p>↑ 1. Totalmente satisfeito</p> <p>↑ 2. Muito satisfeito</p> <p>↑ 3. Satisfeito</p> <p>↑ 4. Um pouco satisfeito</p> <p>↑ 5. Totalmente insatisfeito</p> <p>30. Quantidade das informações repassadas:</p> <p>↑ 1. Totalmente satisfeito</p> <p>↑ 2. Muito satisfeito</p> <p>↑ 3. Satisfeito</p> <p>↑ 4. Um pouco satisfeito</p> <p>↑ 5. Totalmente insatisfeito</p> <p>31. Cumprimento da carga Horária:</p> <p>↑ 1. Totalmente satisfeito</p> <p>↑ 2. Muito satisfeito</p> <p>↑ 3. Satisfeito</p> <p>↑ 4. Um pouco satisfeito</p> <p>↑ 5. Totalmente insatisfeito</p> <p>E. QUANTO A ESTRUTURA FÍSICA</p> <p>32. Com relação aos seguintes aspectos diga como está a sua satisfação:- Limpeza dos sanitários:</p> <p>↑ 1. Totalmente satisfeito</p> <p>↑ 2. Muito satisfeito</p> <p>↑ 3. Satisfeito</p> <p>↑ 4. Um pouco satisfeito</p> <p>↑ 5. Totalmente insatisfeito</p>
--	--

<p>33. Limpeza dos corredores:</p> <p>Í 1. Totalmente satisfeito</p> <p>Í 2. Muito satisfeito</p> <p>Í 3. Satisfeito</p> <p>Í 4. Um pouco satisfeito</p> <p>Í 5. Totalmente insatisfeito</p> <p>34. Limpeza da sala de aula:</p> <p>Í 1. Totalmente satisfeito</p> <p>Í 2. Muito satisfeito</p> <p>Í 3. Satisfeito</p> <p>Í 4. Um pouco satisfeito</p> <p>Í 5. Totalmente insatisfeito</p> <p>35. Espaço entre carteiras:</p> <p>Í 1. Totalmente satisfeito</p> <p>Í 2. Muito satisfeito</p> <p>Í 3. Satisfeito</p> <p>Í 4. Um pouco satisfeito</p> <p>Í 5. Totalmente insatisfeito</p> <p>36. Conforto em relação aos móveis e utensílios:</p> <p>Í 1. Totalmente satisfeito</p> <p>Í 2. Muito satisfeito</p> <p>Í 3. Satisfeito</p> <p>Í 4. Um pouco satisfeito</p> <p>Í 5. Totalmente insatisfeito</p> <p>37. Espaço da sala de aula:</p> <p>Í 1. Totalmente satisfeito</p> <p>Í 2. Muito satisfeito</p> <p>Í 3. Satisfeito</p> <p>Í 4. Um pouco satisfeito</p> <p>Í 5. Totalmente insatisfeito</p> <p>38. Iluminação da sala de aula:</p> <p>Í 1. Totalmente satisfeito</p> <p>Í 2. Muito satisfeito</p> <p>Í 3. Satisfeito</p> <p>Í 4. Um pouco satisfeito</p> <p>Í 5. Totalmente insatisfeito</p> <p>39. Acesso ao estacionamento e à sala de aula:</p> <p>Í 1. Totalmente satisfeito</p> <p>Í 2. Muito satisfeito</p> <p>Í 3. Satisfeito</p> <p>Í 4. Um pouco satisfeito</p> <p>Í 5. Totalmente insatisfeito</p>	<p>F. QUANTO À INFRA ESTRUTURA</p> <p>40. Diga como está sua satisfação com relação à:</p> <p>Biblioteca (títulos, atendimento)</p> <p>Í 1. Totalmente satisfeito</p> <p>Í 2. Muito satisfeito</p> <p>Í 3. Satisfeito</p> <p>Í 4. Um pouco satisfeito</p> <p>Í 5. Totalmente insatisfeito</p> <p>41. Laboratório:</p> <p>Í 1. Totalmente satisfeito</p> <p>Í 2. Muito satisfeito</p> <p>Í 3. Satisfeito</p> <p>Í 4. Um pouco satisfeito</p> <p>Í 5. Totalmente insatisfeito</p> <p>42. Fotocópias (preço, atendimento e qualidade):</p> <p>Í 1. Totalmente satisfeito</p> <p>Í 2. Muito satisfeito</p> <p>Í 3. Satisfeito</p> <p>Í 4. Um pouco satisfeito</p> <p>Í 5. Totalmente insatisfeito</p> <p>43. Secretaria (atendimento):</p> <p>Í 1. Totalmente satisfeito</p> <p>Í 2. Muito satisfeito</p> <p>Í 3. Satisfeito</p> <p>Í 4. Um pouco satisfeito</p> <p>Í 5. Totalmente insatisfeito</p> <p>44. Diretoria e coordenação:</p> <p>Í 1. Totalmente satisfeito</p> <p>Í 2. Muito satisfeito</p> <p>Í 3. Satisfeito</p> <p>Í 4. Um pouco satisfeito</p> <p>Í 5. Totalmente insatisfeito</p> <p>45. Cantina (Preço, Atendimento, Qualidade):</p> <p>Í 1. Totalmente satisfeito</p> <p>Í 2. Muito satisfeito</p> <p>Í 3. Satisfeito</p> <p>Í 4. Um pouco satisfeito</p> <p>Í 5. Totalmente insatisfeito</p>
---	--

G. SATISFAÇÃO E PERSPECTIVAS PARA O FUTURO

46. Na sua opinião, o que você está aprendendo neste curso é aplicável na sua rotina de trabalho?

- Í 1. Sim
- Í 2. Não
- Í 3. Não sei opinar

47. Na sua opinião, que eventos agregariam mais conhecimentos ao seu curso?(até três respostas)

- Í 1. Visitas a outras instituições de ensino
- Í 2. Visitas a empresas
- Í 3. Desenvolvimento de atividades práticas
- Í 4. Feiras, congressos
- Í 5. Não sei opinar

48. Como você classifica o preço das mensalidades do seu curso?

- Í 1. É alto
- Í 2. Preço justo para o curso
- Í 3. É baixo

49. Após a conclusão, você tem interesse em fazer um curso de pós graduação?

- Í 1. Sim
- Í 2. Não
- Í 3. Não pensei sobre o assunto

50. Após a conclusão, você tem interesse em fazer um curso de mestrado?

- Í 1. Sim
- Í 2. Não
- Í 3. Não pensei sobre o assunto